



**FUTBOLDA TARAFTAR ŞİDDETİ ERİL
DİL KULLANIMI:
TÜRKİYE'DEKİ FUTBOL TAKIMLARININ
KURUMSAL TWİTTER HESAPLARINA
NETNOGRAİK İNCELEME**

Özge SEVER

**Yüksek Lisans Tezi
Gazetecilik Ana Bilim Dalı
Doç. Dr. Besim YILDIRIM
2020**

Her Hakkı Saklıdır

**T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANA BİLİM DALI**

Özge SEVER

**FUTBOLDA TARAFTAR ŞİDDETİ ERİL DİL KULLANIMI:
TÜRKİYE'DEKİ FUTBOL TAKIMLARININ KURUMSAL
TWİTTER HESAPLARINA NETNOGRAFİK İNCELEME**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TEZ YÖNETİCİSİ
Doç. Dr. Besim YILDIRIM**

ERZURUM - 2020



TEZ BEYAN FORMU

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum " Futbolda Taraftar Şiddeti Eril Dil Kullanımı: Türkiye'deki Futbol Takımlarının Kurumsal Twitter Hesaplarına Netnografik İnceleme" adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Gereğini bilgilerinize arz ederim *.

Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

Tezimin/Raporumun makale için **altı ay**, patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

25.12.2020

Özge SEVER

Aslı Islak İmzalıdır.

*** LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE**

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi **MADDE 6– (1)** Lisansüstü teze ilgili **patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda**, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu **iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.**

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz **makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış** ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile **altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.**

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Graduate School of Social Sciences

TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç.Dr. Besim YILDIRIM danışmanlığında, Özge SEVER tarafından hazırlanan bu çalışma 25/12/ 2020 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından Gazetecilik Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç.Dr. Besim YILDIRIM

İmza: Aslı Islak İmzalıdır.

Jüri Üyesi : Doç. Dr. İbrahim Etem ZİNDEREN

İmza: Aslı Islak İmzalıdır.

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Barış YILMAZ

İmza: Aslı Islak İmzalıdır.

Prof. Dr. Sait UYLAŞ

Enstitü Müdürü

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	III
ABSTRACT.....	IV
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	V
TABLolar DİZİNİ.....	VI
ÖNSÖZ.....	VII
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL ORTAMLAR VE TOPLUMSAL CİNSİYET EKSENİNDE ERİL DİL

1.1. YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN GELİŞİMİ VE YENİ MEDYA KAVRAMI.....	4
1.1.1. Sosyal Medya Kavramı.....	7
1.1.2. Sosyal Medyanın Özellikleri.....	9
1.1.3. Sosyal Medya Platformları.....	10
1.1.4. Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı.....	15
1.2. CİNSİYET EŞİTSİZLİĞİNE DAYALI GÜÇ: ERİL DİL.....	19
1.2.1. Toplumsal Cinsiyet Kavramı.....	19
1.2.2. Erillik Kavramı ve Eril Tahakküm.....	22
1.3. FUTBOLDA ERİL DİL KULLANIMI.....	27
1.3.1. Argo ve Küfür.....	28
1.3.2. Hegemonik Erkeklik.....	31
1.3.3. Homofobi.....	32

İKİNCİ BÖLÜM

FUTBOLDA TARAFTARLIK VE ŞİDDET

2.1. FUTBOLUN DOĞUŞU VE GELİŞİMİ.....	34
2.2. TARAFTARLIK KAVRAMI.....	35
2.3. TÜRK FUTBOLU VE TARAFTARLIK.....	37
2.4. FUTBOLDA TARAFTARLIK ŞİDDETİ.....	39
2.5. SPORDA ŞİDDETİNE YÖNELİK ALINAN ÖNLEMLER.....	43
2.5.1. Hukuki Önlemler.....	43

2.5.2. Sosyal Medyada Dayanışma Hareketi: ‘HeForShe’	44
2.6. SOSYAL MEDYADA TARAFTAR ŞİDDETİ	45

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

FUTBOLDA TARAFTAR ŞİDDETİ ERİL DİL KULLANIMI: TÜRKİYE’DEKİ FUTBOL TAKIMLARININ KURUMSAL TWİTTER HESAPLARINA NETNOGRAFİK İNCELEME

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	47
3.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	48
3.3. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ.....	48
3.4. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLILIKLARI	49
3.5. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	51
3.5.1. Nitel Araştırma Yöntemi Netnografi.....	51
3.6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI	53
SONUÇ.....	66
KAYNAKÇA	69
ÖZGEÇMİŞ.....	77

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**FUTBOLDA TARAFTAR ŞİDDETİ ERİL DİL KULLANIMI: TÜRKİYE'DEKİ
FUTBOL TAKIMLARININ KURUMSAL TWİTTER HESAPLARINA
NETNOGRAFİK İNCELEME****Özge SEVER****Tez Danışmanı: Doç. Dr. Besim YILDIRIM****2020, 77 sayfa****Jüri: Doç. Dr. Besim YILDIRIM****Doç. Dr. İbrahim Etem ZİLDEREN****Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Barış YILMAZ**

Hızla yaşanan teknolojik gelişmeler, veri tabanlarındaki değişimler bireyleri internet kullanımında daha aktif hale getirmiştir. İnternetin sadece veri akışı değil, aynı zamanda çift yönlü iletişim sağlamasıyla birlikte sosyal ağlar kurulmuş ve kullanımı yaygınlaşmıştır. Yaşanan teknik gelişmeler, sosyal ağların kullanımındaki artış birçok alanı etkilemiştir, bunlardan birisi de futboldur. Sunduğu imkânlar futbol izleyicisinin statta aktifliğini sosyal medyaya taşımıştır. Taraftar sesini sadece tribünde duyuruyorken, sosyal medya araçları sayesinde dilediği zaman taraftarlık yapma fırsatına kavuşmuştur. Statta tezahüratlarla takımının yanında olan taraftar sosyal medyada ilgili paylaşımlara yorum yaparak taraftarlığını yaşamaktadır. Taraftarın stadyumda kullandığı dildeki erillik yapılan yorumlara da yansımaktadır. Bu çalışmanın araştırma amacı, futboldaki taraftar şiddetin sosyal medya kanalıyla varlık gösterdiğine dikkat çekmektir.

Taraftarın, ölçsüz bir şekilde takımına bağlılık duymasının bir etkisi olan sözlü şiddetin, sosyal medya yoluyla sınırsız yaşanması sorununa odaklanarak tez çalışmasında dört takımın Twitter hesapları incelenmiştir. Çevrimiçi bir araştırma yöntemi olan Netnografi yöntemiyle bulgular toplanmıştır. İncelenen paylaşımlara birden fazla argo ve küfür içeren yorumların yapılması takımları sözlü şiddete meyilli taraftarların takip ettiğini sonucunu vermiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Futbol, Hegemonik Erkeklik, Eril Dil

ABSTRACT**MASTER THESIS****MASCULINE VIOLENCE IN FOOTBALL, USING MASCULINE DISCOURSE:
NETNOGRAPHIC EXAMINATION ON THE CORPORATE TWITTER
ACCOUNTS OF FOOTBALL TEAMS IN TURKEY****Özge SEVER****Advisor: Assoc. Prof. Dr. Besim YILDIRIM****2020, 77 pages****Jury: Assoc. Prof. Dr. Besim YILDIRIM****Assoc. Prof. Dr. İbrahim Etem ZİLDEREN****Assist. Prof. Dr. Üyesi Mehmet Barış YILMAZ**

Rapid technological developments and changes in databases have made individuals more active in internet use. With the Internet not only providing data flow but also providing two-way communication, social networks have been established and their use has become widespread. Technical developments and the increase in the use of social networks have affected many fields, one of which is football. The opportunities it offers carried the activity of the football audience in the stadium to social media. While the fans made their voices heard only in the stadium, they had the opportunity to be a fan whenever they wished through social media. The supporters who are with the team with the statta cheering live in favor of commenting on the relevant posts on social media. The fan, who is next to his team with cheering at the stadium, is in favor of commenting on related posts on social media. The masculinity of the language used by the fans in the stadium is also reflected in the comments made. The research aim of this study is to draw attention to the presence of supporter violence in football through social media channels.

Focusing on the problem of experiencing unlimited verbal violence through social media, which is an effect of the fans' disproportionate commitment to their team, Twitter accounts of four teams were examined in the thesis study. Findings were collected using the Netnography method, which is an online research method. Commenting on the posts that contain more than one slang and swearing has concluded that supporters inclined to verbal violence follow the teams.

Keywords: Social Media, Football, Hegemonic Masculinity, Masculine Language

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. 2020 We Are Social Türkiye İnternet Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri	16
Şekil 1.2. We Are Social 2020 Türkiye Yıllık Dijital Değişim İstatistikleri.....	16
Şekil 1.3. We Are Social 2020 Türkiye’de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları İstatistikleri.....	17
Şekil 1.4. 2020 Twitter Kullanıcı İstatistikleri	17
Şekil 1.5. We Are Social 2020 Türkiye Sosyal Medya Kullanıcılarının Yaş Dağılımı	18



TABLolar DİZİNİ

Tablo 1.1. Web 1.0 ile Web 2.0 “Karşılaştırılması”	5
Tablo 3.1. Galatasaray Maçları	49
Tablo 3.2. Fenerbahçe Maçları	50
Tablo 3.3. Beşiktaş Maçları.....	50
Tablo 3.4. Trabzonspor Maçları	51



ÖNSÖZ

Çalışmamın oluşum sürecindeki bilimsel desteklerinden dolayı değerli hocam Doç. Dr. Besim YILDIRIM'a, çalışmamın her aşamasında desteğini esirgemeyen sevgili Öğr. Gör. Yasemin Keskin YILMAZ'a, teknik aksaklıklarımı çözüme kavuşturan Müjdat TÖS'e, büyük bir sabırla daima beni destekleyen İsmail Demirci'ye, annem Ayfer, babam Ayhan ve dedem Hurşit SEVER'e, çalışma sürecim boyunca kahrımı çeken Yasemin ÇİFTÇİ'ye ve varlıklarıyla destek olan tüm arkadaşlarıma ve en çok da yüksek lisans yolculuğunu aklıma düşüren Dr. Öğr. Üyesi M. Barış YILMAZ'a teşekkür ediyorum.

Çalışmamın bu alanda çalışma yapmak isteyen kişilere örnek olmasını diliyorum ve kadınlara armağan ediyorum.

Erzurum- 2020

Özge SEVER

GİRİŞ

Çalışmanın ana teması ve birinci bölümü iki terim üzerine yoğunlaşmaktadır. Teorik çerçevede sosyal medya ve eril dil kavramları açıklanarak toplumsal konumları incelenmiştir. Yeni medya, insanların hayatına 70'li yıllarda girmiş ve yaşamını şekillendirmeye başlamıştır. İnsanın sosyal medyayla tanışması yepyeni bir dünya yaratmış ve insan bu dünyaya çok kolay alışmıştır. Sosyal medya çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır, en özet haliyle kişilerin zaman, mekân sınırlamasını yok eden, sürekli iletişime açılan bir kapıdır. Sosyal medya dijital bir ülkedir, kullanıcılar da bu ülkenin birer vatandaşıdır. Teknolojiyle insan arasında kopmayacak kadar kuvvetli bir bağ vardır.

We Are Social araştırma merkezinin 2019 verilerine göre, Türkiye'de 52 milyon sosyal medya kullanıcısı vardır. Ülke nüfusunun yüzde 63'u sosyal medyadadır. Bir insan yedi saatten fazla süresini sosyal medyada geçirmektedir. O halde bir insan gününün yüzde 29'unu dijital dünyada geçirmektedir (Kuram, 2020: 62). 2020 verileri ise, dünya ortalaması yüzde 59 olan internet kullanımının, Türkiye'de yüzde 75 olarak ortalamanın üstünde seyrettiğinin göstermektedir. 16-64 yaş arasındaki kullanıcılar günde 7 saat 29 dakika internet ortamında bulunmaktadır (<https://webrazzi.com/2020/02/03/>, We Are Social Digital 2020, E.T.: 10.11.20). Artık insanlar alışveriş, sosyalleşme, eğitim vb. gibi günlük hayata dair birçok pratiği bu mecrada gerçekleştirmektedir. Her şeyi bünyesinde barındıran bir ortamda kargaşanın yaşanması kaçınılmazdır. Sosyal medyanın kullanıcılara avantajı olduğu kadar dezavantajı da vardır. Bu alan kamusal alan gibi kısıtlayıcı değildir, bireyleri özgür kılan sosyal bir alandır ve kendine has bir jargonu vardır. Sosyal medyanın özgür çatısı bazı kavramların yeniden üretilmesine müsait bir ortam oluşturmaktadır.

Toplum ile dil arasında kuvvetli bir bağ vardır. Toplum dinamikleri, kültürel değerleri o toplumun diline yansımaktadır. İlk bölümde cinsiyet eşitsizliğine dayalı eril dil, temelini oluşturan kavramların toplumsal alandaki önemi işlenerek araştırmanın temeli oluşturulmuştur. İkinci bölümde futbol ve Türk futbolu, taraftarlık ilişkisi incelenmiştir. Çalışmanın en büyük hedefi, taraftar şiddetinin sosyal yüzünü açığa çıkarmaktır. Taraftarlık, sporcunun temsil ettiği renklere, kulübe ve bayrağına bağlı olmaktır. Taraftarlık kavramı belirle paradigmalara bağlı olarak alt gruplara

ayrılmaktadır. Taraftar şiddetinin sosyal hali tribündeki şiddet dilinin sosyal medyaya yansımalarıdır.

Gerçek hayatta varlığını sürdüren eril dil, sosyal mecralarda yeniden üretilmektedir. Dünya Ekonomik Forumu (WEF), 2020 Cinsiyet Eşitliği Raporu raporuna göre, Türkiye 153 ülke arasında 130. sırada yer almaktadır (<https://tr.euronews.com/>, 2020 Cinsiyet Eşitsizliği Raporu, E.T.: 25.08.20). Bunu taraftarlık olgusu üzerinden de gerçekleştirmektedir çünkü bu dil kişilere stadyumdan tanındıktır. Taraftarların tutum ve davranışlarını anlamak için taraftarlık kavramını, psikolojik etkilerini anlamak gerekmektedir. Bölümde taraftarlık olgusu anlamlandırılarak şiddetle olan bağı üzerinde durulmuştur. Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği ile Kadınlar İçin Spor ve Fiziksel Aktivite Derneği ortak bir çalışma yaparak 13-14 Mayıs 2017 tarihinde Futbolda Cinsel Şiddet ve Cinsiyet Ayrımcılığı adında bir sempozyum düzenlemiştir. İki gün süren bu sempozyuma futbol alanında varlık gösteren kişiler, kurumlar ve Sivil Toplum Kuruluşları katılmıştır. Futboldaki şiddete karşı yeni çözüm önerilerinin aranması, toplumu bilinçlendirmeye yönelik adımlar atılması önemli gelişmelerdir. Sempozyumdaki konuşmasında Dr. Öğr. Üyesi İdil Elveriş'in vurguladığı nokta çok önemlidir. Türkiye'de şiddetin karşılığı fiziksel şiddettir ancak dil de şiddetin bir parçasıdır. Tribünlerdeki yenmenin erkeklikle, kaybetmenin kadınlıkla özdeşleştirildiği taraftarlık kültürüne dikkat çekerek kulüplere yönelik öneri listeleri hazırladıklarını ifade etmiştir. Bu çalışmayla öne sürülen iddiaların doğruluğuna kanıt niteliği taşıyacak örnekler sunularak, alınacak önlemlere gerekçe özelliği taşımaktadır.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde sosyal medya kullanıcılarının, taraftar kimliğiyle eril dil kullanımı örnekleri tespit edilmiştir. Netnografi yöntemi uygulanarak Twitter kullanıcıların yorumlarında ne ölçüde eril şiddet içeren söz dizimlerinin olduğu irdelenmiştir. Özellikle netnografi yönteminin seçilmesinin sebebi; tamamen dijital odaklı ve de sosyal etkileşimi anlamaya odaklı olmasıdır. Uzun yıllardır sosyal bilimlerde alanında yeni medyanın bir alt birimi olan sosyal medya ve toplumu anlamaya yönelik toplumsal cinsiyet temeline dayalı çalışmalar yapılmaktadır fakat gerçekleştirilen literatür taramasında anahtar kavramımız olan eril dil, taraftarlık bağlantısının yeni medya kanallarındaki üzerinden yapılan çalışmaların sınırlı olduğu gözlemlenmiştir. Çalışmayı farklı kılan nokta yeni çalışmalara kaynaklık etme

gayesiyle, paylaşımları araştırma yöntemine sadık kalarak irdeleyip bulguları açığa çıkarması ve şiddet temelli sonuçları eleştirel bakış açısıyla incelemesidir. Sosyal medya kullanımındaki bilinçsizliğin bazı olgular üzerinde çok daha etkili olduğuna futbol alanı örneği üzerinden dikkat çekmektedir. Çalışmanın evrenini Twitter kullanıcıları, örneklemini paylaşımların altına yapılan yorumlar oluşturmuştur. Çalışma araştırma bulgularıyla şiddeti eleştirel perspektiften inceleyerek sosyal medyadaki yaşanan toplumsal cinsiyet eşitsizliğini taraftarlık olgusu üzerinden ortaya koymuştur.



BİRİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL ORTAMLAR VE TOPLUMSAL CİNSİYET EKSENİNDE ERİL DİL

1.1. YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN GELİŞİMİ VE YENİ MEDYA KAVRAMI

İngilizce medium sözcüğünden dilimize geçmiş olan medya sözcüğünü Türk Dil Kurumu iletişim ortamı, iletişim araçları olarak tanımlamaktadır. Yeni medya kavramıysa 1970'lerde kullanılmaya başlanmış ve literatüre eklenmiştir. Van Dijk'a göre; yeni medya geleneksel medyadan farklı olarak dijital kodlama sistemi temelli, iletişim süreci hızlı olan, multimedya biçimselliği olan iletişim araçlarını kapsayan bir mecradır (Van Dijk'den akt. Binark, 2007:5). Tüm görsel ve işitsel araçları kapsayan medyaya yeni sıfatının eklenmesinin nedeni bu araçlara çift yönlü etkileşim sunmasıdır. Dijitalleşme sağladığı yeniliklerle geleneksel medyadan ayrılmaktadır. Yeni medyanın yeni olması ve bunu sürdürebilmesinin temelinde kendisini oluşturan teknoloji yatmaktadır. Teknolojik ilerlemeler devam ettikçe yeni medya kanallarındaki gelişmeler devam edecek ve böylece yeniliği sürdürülebilir olacaktır.

Yeni medyanın doğuşunda ve yaygınlaşmasındaki en önemli olgu yaşanan teknolojik gelişmelerdir. 1970 sonrasında Bilgi ve İletişim Teknolojilerinde yaşanan değişimler yeni medyanın biçimlenmesini sağlamıştır. İnternetin daha kolay ulaşılabilir hale gelmesi kullanıcılara sunduğu çeşitliliğin artması kullanımı yaygınlaştırmıştır. 1993 ve 2003 yılları arasındaki dönemde internette Web 1.0 veri tabanı kullanılmıştır. Web 1.0.'ın imkânlarının kısıtlı olması, kullanıcıların bu tabanda sadece arama yapabilmesi bu döneme arama motorları çağı denilmesine neden olmuştur. 2004 yılında Web 2.0'in ortaya çıkışıyla birlikte tarihsel bir değişim yaşanmıştır. Blogların, vikilerin ve sosyal ağların ortaya çıkışıyla kullanıcılar özel bir yazılıma ihtiyaç duymadan içerik yazma, paylaşma fırsatı elde etmişlerdir. Web 1.0 veri tabanı tek yönlü bir iletişim sağlarken Web 2.0 veri tabanı kullanıcılara çift yönlü bir iletişim imkânı sunmuştur. Günümüzde kullanılan ağların çoğu Web 2.0 veri tabanının birer ürünüdür. YouTube ve Flickr içerik yükleme, dinleme sağlarken, Facebook, MySpace gibi sosyal ağlar kullanıcılara kendine özel görünüş oluşturma, oyun oynama, topluluklara katılma, diğer kullanıcılar ile iletişim kurma olanağı tanımıştır (Laughey, 2010:163).

Dönemsel olarak birbirinden ayrılan veri tabanları ortaya çıkışları itibariyle birbirlerinin devamı niteliği taşımaktadır. Örneğin; Web 1.0 veri tabanında kullanıcı pasifken, Web 2.0 ile aktif hale gelmiştir. İletişim tek yönlü gerçekleşirken çift yönlü gerçekleşmeye başlamıştır. Sunulan etkileşim imkânı kullanıcıları olumlu yönde etkilemiştir. Yeni medya ve sosyal medya kavramlarını daha iyi anlamak için dönemsel farklılıklara değinmenin önemli olacağını belirten Aksu, veri tabanlarının arasındaki farkları analiz etmiştir (Aksu, 2017:148).

Tablo 1.1. Web 1.0 ile Web 2.0 “Karşılaştırılması”

Web 1.0	Web 2.0
Site sahibi tarafından belirlenen içerik	Kullanıcı üretimli içerik
Tek yönlü iletişim	Çok yönlü iletişim
Veri üzerinde sadece yayıncının kontrolü	Veri üzerinde kullanıcı kontrolü
Web tasarımı bilgisi gerektirmesi	Tasarım bilgisi gerektirmemesi/kullanım kolaylığı
Web sayfalarının az sayıda yazar tarafından çok sayıda okuyucu için oluşturulması	Kolektif bir akıl, üretim ve iş birliğinin mümkün kılması
Kullanıcının sunulan içeriği sadece pasif bir şekilde tüketmesi	Kullanıcının aktif bir şekilde içerik paylaşımı ve üretiminde bulunabilmesi
Kullanıcı etkileşiminin olmaması	Dinamik sosyal ve etkileşimli bir yapıya sahip olması

Web 1.0 ve Web 2.0 belli başlı maddelerle birbirinden ayrılırken, 2001 yılında anlamsal web olarak adlandırılan Web 3.0 kavramıyla tanışılmıştır. W3C tarafından çalışılmaya başlanan web tabanının, anlamsal web altyapısı üzerine kurulması planlanmaktadır. Web siteleri üzerinden tahminlerde bulunma, kullanıcının şahsına özgü içerik bulucu arama motorları, web siteleri kaynaklı kişisel verilerin incelendiği bir veri sistemi hedeflenmektedir. Bu sayede kullanıcı ihtiyaç duyduğu arama sonuçlarına daha fazla bilgiye maruz kalmadan ulaşacaktır (Demirli& Kütük, 2010: 100). Web 3.0 veri tabanı ile birlikte semantik, yapay zekâ, bulanık mantık gibi kavramlardan söz edilmeye

başlanmıştır. Bu kavramların çıkış noktasındaysa veri bulunmaktadır yani Web 3.0 verilerin anlamlandırılması, sınıflandırılması ve işlenmesi temeline dayanmaktadır (<https://www.bilimcag.com/>, Web Teknolojisinde Bilgi, E.T.:28.10.20). Teknoloji ilerleyip geliştikçe veri tabanları da dönemin şartlarına cevap vermek adına yenilenmiş güncellenmiştir. Son yıllarda artık web 1.0 veri tabanından bir hayli yol kat edilerek Web 4.0 konuşulmaya başlanmıştır. Çok yeni bir sistem olan veri tabanı hakkındaki bilgiler henüz sınırlıdır. Web 4.0 kullanıcı odaklıdır ama daha çok kurumlara hitap etmektedir. Kullanıcının gerçekleştirdiği tüm eylemlerin kayda geçirilmesi, gerekli durumlarda tekrar ona sunulmak üzere kayıta tutulması esasına dayalı olarak cihazları öncelikli hale getirmektedir. Örneğin; bir kullanıcı arama motoru üzerinden bir mağazanın sitesinde ürün araması yaptı. Kullanıcı o markanın mağazasını ziyaret ettiğinde ona o ürünün olduğu reyonda indirim olduğu mesajının gelmesi geliştirilen algoritmalarla kullanıcı verilerini kullanmaya yöneliktir. Böylece kurumlar kullanıcılardan elde ettikleri bilgiler ışığında satış stratejisi geliştirmektedir. Ersöz; “Web 5.0 teknolojisinin de Web 4.0’ın getirdiği yeni nesil teknolojilerinin güncellemesi ile geliştirilen ultra akıllı robotlar, makineler ve diğer teknolojilere ek olarak insanlara has özellik olan duygusallık ile duygusal düşünmeyi başaran makinelerin gelmesi hiç de uzak görünmemektedir” (Ersöz, 2020;64). Ersoy’un ifade ettiği gibi her bir sonraki adımda olacağı var sayılamayacak gelişme yaşanmıştır. Web 1.0’da iletişim tek yönlüken Web 2.0’da çift yönlü hale gelmiştir ve devamındaki ilerlemelerle veri tabanları çok farklı seçenekler sunmaya başlamıştır.

Çalışmanın temelini oluşturan yeni medyanın başlangıcına dönecek olursak, Törenli yeni medyayı iletişim araçlarına özgü yapıları içinde barındıran iki yönlü melez bir medya olarak tanımlamaktadır (2005: 87). Wardrip-Fruin ve Montfort 6 maddede yeni medyayı özetlemiştir:

1. Yeni medya, internet kültürü değildir.
2. Yeni medya bilgisayar teknolojisini dağıtım kanalı olarak kullanır.
3. Yeni medyada sayısal veri yazılımlar tarafından kontrol edilir.
4. Yeni medya mevcut kültürel uygulamalarla yazılım uygulamalarının bir karışımıdır.
5. Önceden manüel ya da başka tekniklerle uygulanan algoritmalar bilgisayarlar sayesinde çok hızlı bir şekilde uygulanır.

6. Her yeni modern medya ve iletişim teknolojilerinin ilk aşamasına eşlik eden bir estetik yaklaşım vardır (2003: 16-20).

Yeni medya olanaklarının bir yandan kullanıcıyı bireyselleştirmekte, öte yandan da sanal ortamda yeni şekilde toplumsallaştırmaktadır (Binark, 2007: 23). McLuhan, tarihsel gelişim içerisinde toplumsal yapıyı geleneksel-sözsözsel iletişimin egemen olduğu yazı öncesi toplum, yazının hâkim olduğu yazı toplumu, elektronik iletişim araçlarının egemenliğindeki enformasyon toplumu olarak üçe ayırmıştır (Aktaş, 2007: 183). Yeni medyanın egemen olduğu enformasyon toplumu günümüz toplumsal yapısını tanımlamaktadır. Birçok gelişme faktörünü içinde barındıran yeni medya kavramı hızla kullanıcılar arasında yaygınlaşmış ve böylece dijital çağın iletişim aracı haline gelmiştir.

1.1.1. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medya, bireylere internet üzerinden sosyalleşme olanağı tanıyan, duygu ve düşüncelerini özgürce ifade etme fırsatı sunan bir alandır. Sosyal medyayı diğer medya türlerinden ayıran nokta, en az iki yönlü olması ve eş zamanlı bilgi aktarımına olanak tanınmasının yanında, zamandan ve mekândan bağımsız olmasıdır. Bilgiye ulaşma, eğlenme, haberleşme ve kendini geliştirme olanakları sunan bir mecradır. Facebook, Twitter, Google+, YouTube, LinkedIn gibi sosyal ağlara katılımcıların yoğun ilgi göstermesi bu mecraları popüler hale getirmiştir. Sosyal medya kullanıcıların; diğer kullanıcılarla haber, fotoğraf, metin, video, içerik paylaştığı web sitelerinin genel adına sosyal medya denilmektedir (Kırık, 2013: 74). Web 2.0 teknolojisiyle gelişmiş olan bu siteler günümüzde en çok tercih edilen sosyal sitelerdir. Web 1.0'dan büyük ölçüde farklı olan Web 2.0 Facebook, Twitter, Youtube gibi öne çıkan platformlarda kullanıcılara farklı özellikler sunarak şirketlere ekonomik güçlenme fırsatı sunmuştur (Gezgin& İralı, 2017:78).

Sosyalleşmenin yolunda atılan büyük adımlardan birini Ward Christensen ve Randy Suess adındaki iki arkadaş 1978 yılında BBS adında bir yazılım geliştirerek atmışlardır. Arkadaşlarıyla iletişimde olmak, bilgi paylaşımından bulunmak için geliştirdikleri ağ ilk sosyal ağ olma özelliğine sahiptir. Yirmi sekiz yıl önce Bruce ve Susan Abelson tarafından kurulmuş olan Open Diary ile günümüz sosyal medyasının temelini atmışlardır. Online günlük yazarlarını bir araya getiren sosyal paylaşım

sitesiyle Weblog terimi oluşmuş daha sonrasında we bloğa dönüşmüş son olarak da blog olarak kısaltılmıştır (Çağlar, 2017: 47-48). Böylece günümüzde kullanılan sosyal ağlar en ilkel haliyle oluşmuştur. Yaşanan gelişmelerle interneti aktif kullanan kişi sayısı artmış ve sosyal medya kavramı insanların hayatında yer edinmeye başlamıştır. 1994 yılında İngiltere’de eski okul arkadaşlarını bulma amacıyla Friends United kurulmuştur. Ardından 1995’de Classmates.com ve onu takip eden 1996’da Ask.com (arama motoru), 1997’de SixDegrees.com, 2000’de Wikipedia, 2002’de Friendster, 2003’de LinkedIn ve MySpace, 2004’de Facebook, 2005’de Youtube, 2006’da Twitter, 2007’de Tumblr, 2010’da Instagram, 2011’de Google Plus ve Snapchat, 2012’de Vine ve Tinder, 2015’deyse Periscope ve Scorp gibi sosyal ağlar kullanılmaya başlanmıştır (<https://webrazzi.com/>, Sosyal medyanın kısa tarihi, E.T.: 17.12.19). Sunduğu farklı özellikleriyle kullanıcıların hayatına giren sosyal ağlar bugün bireyler için vazgeçilmez birer iletişim aracıdır.

Medya ve kültür alanında çalışmalar yapan Micheal Mandiberg, sosyal medyanın farklı alanlardan beslendiğini bu sebepten disiplinler arası bir kavram olduğunu vurgulamaktadır. Mandiberg bu açıklamasının temelini Henry Jenkins’in medya endüstrileri ile ilişkilendirdiği yansıma kültürü kavramı ve Jay Rosen’in geleneksel medyada sadece izleyiciyken sosyal medyada içerik üretim sürecine dâhil olarak aktifleşen kullanıcıya dönüştüğünü belirten katılım kültürünü ile kurduğu bağlantıya dayandırmaktadır (Özkök, 2019: 19). Sosyal medyanın bazı temel niteliklileri vardır (Blossom, 2009: 30-32). Bu nitelikler aşağıda maddeler şeklindedir;

- Sosyal medya, erişilebilir kullanışlı bir teknolojidir.
- Sosyal medya bireysel-kitlesel iletişim kurmayı sağlamaktadır.
- Sosyal medya derin etkileme gücüne sahiptir.

Frucher 5C kodlaması ile sosyal medyayı tanımlamıştır. Bu kodlar ile sosyal medyayı 5 maddede incelemiştir (Güven& Öztürk, 2014: 76). Kodlar ve açılımları aşağıdaki gibidir;

- **Conversation (İletişim):** Sosyal medya, kullanıcıların bireysel veya toplu ileti alışverişini sağlamasını üzerine kurulmuş bir yapıyı ifade etmektedir.
- **Community (Toplum):** Sosyal medya kullanıcıları çeşitli platformlarda paylaşım yaparak sosyal ağlarda var olan toplumun bir parçasıdır.

- **Commenting (Yorum Yapmak):** Sosyal medya kullanıcılara paylaşım yapma imkânı sunarken diğer kullanıcılara yorum yapma ve doğrudan o kişiye ulaşma fırsatı da sunmuştur. Böylece ifade edebilme alanı genişlemiştir.
- **Callaboration (Kullanıcı İş birliği):** Kullanıcıların diğer kullanıcılar ile ve ağlarda yer alan topluluklar ile iş birliği içinde olması sosyal medyanın gelişmesinde önemli bir yere sahiptir.
- **Contribution (Kullanıcının Katkı Sağlaması):** Sosyal medya kullanıcısı sosyal ağlardaki varlığını korumak için katkı sağlamak zorundadır. Paylaşım ve yorum yaparak görünürlüğünü korumakta varlığını sürdürmektedir.

1.1.2. Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medya bazı özellikleriyle geleneksel medyadan ayrılmaktadır. En büyük farkı ve sosyal medyayı tercih edilebilir kılan yanı, geleneksel medyadaki tüketici konumundan yeni medyayla üretici konumuna geçmesidir. Örneğin; herhangi bir televizyon kanalındaki izlediği diziyi Youtube kanalından da ulaşma şansı bulan izleyici, kaçırdığı diziyi tekrar izleyebilme imkânı bulurken bir de içeriğin altına yorum yaparak düşüncesini paylaşabilme fırsatını elde etmiştir. Mayfield 2008 yılında yaptığı sosyal medya nedir adlı çalışmasında sosyal medyanın özelliklerini başlıklar halinde açıklamıştır (2008: 5).

- **Katılım:** Sosyal medya, ilgilenen herkesi katkı sunmaya ve geri bildirim teşvik etmektedir. Medya ve izleyiciyi arasındaki çizginin silinmesine neden olmaktadır.
- **Açıklık:** Sosyal medya servislerinin çoğu geri bildirim ve katılımlara açıktır. Bilgi paylaşımı, yorum yapma, oylama konusunda kullanıcıyı teşvik etmektedir. Nadiren içeriğe ulaşmada, içeriği kullanmada engel ile karşılaşılabilir. Parola korumalı içerikler kullanıcıları memnun etmemektedir.
- **Konuşma:** Geleneksel medya yayını tek yönlü iletirken, sosyal medya çift yönlü iletişim olarak görülmektedir.

- **Topluluk:** Sosyal medya, toplulukların hızlı bir şekilde oluşmasını ve etkili bir şekilde iletişim kurmasını sağlamaktadır. Topluluklar ortak ilgilerini birbirleriyle paylaşırlar.(Politik sorunlar, fotoğraf sevgisi, TV programları vs.)
- **Bağlantı:** Sosyal medya siteleri birbirleriyle bağlantı kurarak birbirleriyle olan ilişkilerini geliştirmektedir.

Birçok araştırmacı sosyal medyanın özelliklerini farklı biçimlerde tanımlamıştır. Sosyal medya sayesinde kişiler özgürleşmiş içeriklerde sınırları aşmıştır. Herhangi bir ülkenin küçük bir şehirden yapılan paylaşım, geleneksel medya kanallarından çok daha önce dünyaya duyurulabilir hale gelmiştir. Sosyal medya sayesinde kullanıcılar arasındaki mesafede yok olmuştur. İletişimi hızlandırdığı gibi haberlerin de hızlı yayılmasını sağlamaktadır. Sosyal medyanın insanların hayatını kolaylaştıran yanlarının olduğu bir gerçektir fakat bunun yanında kişileri sanal dünyaya bağlarken gerçek hayatta yalnızlaştırmaktadır.

Adorno ve Horkheimer toplumsal çerçevede birey davranışlarını irdelediği Aydınlanmanın Diyalektiği adlı eserinde, teknolojileri kullanıcıları bireyselleştirmesini topluluk olma duygusunu geri plana atmasını eleştirmektedir (Adorno ve Horkheimer, 2010). Herkesin ücretsiz üye olabildiği sosyal medya kitlelere sanal bir dünya sunmaktadır. Dominic Pettman, sosyal medyayı kitlelerin yeni afyonu olarak görmektedir. Ağrıyı gidererek sorunları perdeleyen gerçekten uzaklaştıran, olmasını istediği gibi bir dünyada yaşıyor hissini veren bir alandır. Ona göre, sosyal medyanın bağımlılık yaratmasının nedenlerinden birisi de budur (2017:11). Sosyal medya kullanımında takıntılı, bağımlı, iştahlı bir döngü olduğu kesindir. Kullanıcılar sürekli çevrimiçi olup sanal dünyada olan bitenden haberdar olmak istemektedirler. Kullanıcıların günlük hayatında bir hayli zaman harcadıkları platformlar yeni yaşam alanlarıdır (Pettman: 2017:21).

1.1.3. Sosyal Medya Platformları

Bireylere belli sınırlılıklar içerisinde profil oluşturma, kullanıcı paylaşımlarını beğenme, yorum yapma izni veren web tabanlı hizmetlere sosyal ağlar denilmektedir. Profil oluşturma özgürlüğüne sahip kullanıcılar, bu profillerinde kendilerine ait bilgileri görünür yapabilmekte ve diğer kullanıcılar ile iletişime geçebilmektedirler. Sosyal

medya platformları wikiler, bloglar, içerik paylaşım siteleri, mikro bloglama, toplumsal paylaşım ağları olarak sıralanmaktadır (Kahraman, 2012: 21). Medya teknolojilerinin gelişmesi, sosyal platformların çeşitlenmesi sanal bir yaşamı popüler hale getirmiştir. En büyük ve öne çıkan sosyal ağ siteleri Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Snapchat olarak sıralanmaktadır. İçerik paylaşım siteleri arasında Youtube ve Flickr gelmektedir. Bu sitelerin özelliği kullanıcılara fotoğraf/video yükleme özelliği sunmasıdır.

Facebook

Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında Harvard Üniversitesi'ndeki öğrencileri bir araya getirmek için kurulan Facebook, 2006 yılında tüm kullanıcılara açık hale getirilmiştir. Facebook'un metin, görsel ve iletişimsel olanaklarındaki kolaylıklar sosyal platformlar arasında çok tercih edilen mecra olmasını sağlamıştır. Kullanıcı bilgilerini kaydederek profil oluşturabilmekte, fotoğraf, içerik paylaşımı yapabilmekte, takip ettiği ve takip edildiği kişilerle iletişim kurabilmektedir. Kullanıcılara eski arkadaşlarını bulabilme, mevcuttaki arkadaşlarıyla iletişime geçebilme ve yeni arkadaşlar edinme gibi fırsatlar sunmaktadır.

Uygulamanın sağladığı kolaylıkların yanında gözetim ve denetleme mekanizmasındaki işleyişi tartışma konusudur. Gözetim ve denetlemenin yanı sıra zararlı içeriklerin oluşturulması ve uygulama üzerinden yayılması, kullanıcılar ya da grupların arasındaki farklılıklardan kaynaklı nefret söyleminin özgürce ifade edilebilmesi Facebook'a yapılan eleştirilerin başında yer almaktadır (Yorulmaz, 2019: 13).

Instagram

İngilizce "instant camera" ve "telegram" kelimelerinden türetilen Instagram, 2010 yılında Iphone için tasarlanmıştır. Ücretsiz fotoğraf paylaşma ve fotoğraf düzenleme uygulaması olarak kurulmuş olan sosyal ağda üyeler kendi çektikleri fotoğrafları özel filtrelerle düzenleyip paylaşabilmektedir. Instagram kullanıcılara sunduğu imkânlar ile Flickr uygulamasının hâkimiyetini sona erdirmiştir (Çağlar, 2017: 60). Instagram kullanıcılara birçok kapı açmıştır. Fotoğraf/video paylaşabilme, konum etiketi ekleyebilme, takip ettikleri ünlü kişilerin ya da markaların paylaşımlarına yorum yapabilme, paylaşımlarını takip ettikleri hesapları etiketleyerek paylaşabilme gibi çok

yönlü fırsatları geliştirmiştir (Sabuncuoğlu &Gülay, 2016: 113). Instagram'ın öz çekim (selfie) özelliğiyle yeni bir akım başlatması özellikle gençler arasında sevilmesinde ve diğer ağlara göre daha çok tercih edilmesinde etkili olmuştur. Tüm bunlara ek olarak son zamanlarda eklediği story(hikâye) ile bireylere anlık fotoğraf/ video paylaşabilme yetkisi vermiştir. 24 saatlik bir zaman dilimi boyunca takipçilerine anlık paylaşım yapabilen kullanıcılar, hikâye kısmında gün içerisinde yaptıkları paylaşımlarla Instagram üzerinden sosyal aktifliği üst düzeyde yaşamaktadır.

LinkedIn

Reid Hoffman tarafından 2003 yılında hizmete sunulmuştur. Diğer sosyal medya ağlarından en büyük farkı iş amaçlı kullanılmasıdır. Kullanıcılar iş ilanlarını takip etmekte, kendi özlük bilgilerini, iş arayışlarını paylaşabilmekte ve iş ilanlarına başvuru yapabilmektedirler. Bu sosyal medya platformunun güvenlik tedbirleri özel bilgileri korunaklı kıldığı için siber suçlar noktasında kontrol sağlanabilmektedir. Odak noktası kariyer olsa da kullanıcılar yeni arkadaşlar ile tanışabilmektedir.

Twitter

2006 yılında Jack Dorsey tarafından San Francisco'da kurulmuş olan ağ en çok tercih edilen sosyal ağlardan bir tanesidir. Jack Dorsey logosu mavi kuş olan ağın ortaya çıkış hikâyesini şu şekilde aktarmaktadır; "Twitter'ın uzun bir hikâyesi var. Kentler ve kentlerin işleyişi her zaman beni kendine bağlamıştır. Kentin işleyişini anlamak için, kentlere dair bir program yazmaya karar verdim. Kentlerden, özellikle de New York'tan ilham aldım. Kentleri görselleştirmek, görmek, onlarla oynamak istiyordum. New York'u tüm bu bileşenlerin başıboş dolaştığı bir yer olarak düşünürseniz, örneğin taksiler, ambulanslar, itfaiye araçları her zaman nerede olduklarını ve ne yaptıklarını rapor ediyorlar. Eğer bunu görselleştirebilerseniz, kentin aslında nasıl yaşadığını, nasıl nefes aldığını ve kentte neler olup bittiğini görebilirsiniz. Bu düşüncelerle, bu bileşenlerin her zaman nerede oldukları ve ne yaptıklarını raporlaması mantığıyla Twitter ortaya çıktı. 'Bir ambulansım, şu anda buradayım ve bir hastayı alıp şu hastaneye gideceğim.' Çok basit bir sistem. 2000 yılında kentin işlemlerini sağlayan tüm bu dikey düzlemlerin güzel bir resmine sahip olduğumu fark ettim. Ama bir şeyler eksikti, insanlar eksikti. 'Nerede olursam olayım, telefonumu elime alsam ve ne olup bittiğini paylaşsam ve aynı anda herkesten de haber alsam nasıl olur?' 2000'lerin başında

henüz çok basit telefonlarımız vardı ve zamanlamam biraz yanlıştı. 2006'da kısa mesaj ülkemizde iyice yaygınlaştı. Blogger'u kurmak için çalışmalar yaygınlaştı kurucu ortaklarım Biz Stone ve Evan Williams'la tanıştım. Onlar 'soft yayın'ın önemini anladılar. Benim en önemli görüşüm bu 'aynı anda' olma ve kısa mesaj görüşüydü. Yola çıktığımız nokta çok çok basitti: internetten istediğim yerde istediğim anda kısa mesaj yazmak, ne yapıyor olduğumu raporlamak ve başkalarının o anda ne yapıyor olduğunu bilmek. Her şey bu şekilde ortaya çıktı” (Özcan, 2012: 19).

Twitter kullanıcılarına metin yazma, ses ve görüntü paylaşma, ülke ve dünya genelindeki gündemi takip etme gibi fırsatlar sunmaktadır. Kurulduğunda 140 karakter sınırlaması olan Twitter, 2017 yılında bunu 280 karaktere çıkarmıştır. Twitter'ı diğer sosyal ağlardan ayıran bir diğer özelliği hashtagli (etiket) paylaşım yapılabilmesidir. Paylaşımın başına # işareti koyularak yapılır. Bu etiket ile kullanıcı gündemdeki konuları takip edebilmektedir. Tüm kullanıcıların hashtag ile yaptığı paylaşımlarla konu hakkında yorum çeşitliliğini sağlanmaktadır (Çağlar, 2017: 66). Böylece kullanıcılar düşüncelerini kitlelere kolayca duyurabilme fırsatını elde etmektedir. Retweet özelliği sayesinde başka bir kullanıcının paylaştığı metni ya da görseli kendi ana sayfasında yayımlama olanağına sahiptir. Kullanıcılar, gizlilik ayarları ile sadece takipçilerinin görebileceği iletileri paylaşabilmektedirler. Profilin gizliliği diğer ağlarda olduğu gibi kullanıcının inisiyatifindedir.

Çakır, sosyal medya ve gösteri adlı makalesinde son yılların en çok tercih edilen sosyal medyasının Twitter olduğunu söylemiş ve gösteri aracı haline dönüştüğünü belirtmiştir. Ona göre Twitter, kendini tanıtmak, açıklamak, kanıtlamak ya da göstermek istemenin en kolay karşılık bulduğu alandır (2013: 60). Twitter 'in dünya çapında popülerleşmesi 2009 yılındaki İran seçimlerine dayanmaktadır. Seçimlerde hashtag sisteminin kullanılması, Twitter 'in kullanımı konusunda dünyaya bir ışık yakmıştır (Irak& Yazıcıoğlu, 2012: 31). Hashtag sisteminin kullanım amacı insanlar tarafından daha iyi kavranmış ve etkisi tüm dünya tarafından anlaşılmıştır. Twitter 'in kitleleri örgütlendirme gücü de vardır. Dünya üzerinde yaşanan önemli toplumsal olayların hızlı bir şekilde Twitter gündemine düşmesi ile kullanıcılar bir araya gelmektedir.

Twitter Terminoloji

Twitter 'in kendine özgü tanımları bulunmaktadır. Kullanıcıların uygulamayı daha rahat kullanabilmesi için bu terimleri ve kısaltmalarını bilmesi gerekmektedir.

- **Tweet:** Kullanıcıların istediklerini özgürce yazabildikleri 140 karakterlik yazım alanıdır. Kullanıcılar yazdıklarına twett attım veya tweetledim demektir.
- **Retweet (RT):** Kullanıcının bir başkasına ait tweeti kendi takipçileri ile paylaşmasıdır. Paylaşımın altındaki bir buton sayesinde yapılır.
- **Favori (Fav):** Tweetin altında yer alan kalp sembolünü işaretlemektir. Beğendim, favorime ekledim anlamına gelmektedir.
- **Hashtag:** Etiket anlamına gelen # işareti ile yapılmaktadır. Bir konuda yazılanların filtrelemek için kullanılan bir yöntemdir. Konu ile ilgili tweetleri arayan kullanıcının yorumların tamamını bir arada görmesini kolaylaştırır.
- **Feed:** Ana sayfada oluşan tweet akışıdır. Bu akış kullanıcıyı takip ettiği hesaplara göre şekillenmektedir.
- **Followers:** Kullanıcının hesabını takip eden kişi sayısıdır.
- **Trend Topic (TT):** Popüler konu anlamına gelmektedir. Kullanıcıların hashtag ile paylaştığı tweetlerin popüler hale gelerek ilk 10 konu arasında sıralanmasıdır.
- **Modifiye Tweet (MT):** Paylaşmış bir tweete yazı eklenerek yeniden paylaşılmasıdır.
- **Real Life Retweet (RLRT):** Bireyin gerçek hayatta söylediği ilginç ya da şaşırtıcı bir cümleyi takipçileri ile paylaşmasıdır.
- **Overheard (OH):** Kullanıcının doğrudan bilgisi olmayan bir konu hakkında, bir kişinin söylediği ifadeleri kullanmasıdır.
- **Direkt Mesaj (DM):** Kullanıcıların birbirleri ile özel olarak mesajlaşmasıdır.
- **Mention:** Türkçe karşılığı bahsedilenler anlamına gelmektedir. Kullanıcılar bahsetmek istedikleri kullanıcının adını @kullanıcıadı şeklinde yazarak yapmaktadır. Bildirimlerde yer alan bahsedilenler kısmından bu tweetler görüntülenmektedir.

- **Twitter Kano:** Kullanıcıların birbirlerinden bahsettikleri bir konuya diğer kullanıcıları da eklemesidir.
- **Subtweet:** Agresif-pasif tweet olarak bilinmektedir. Bir kişi hakkında isim vermeden eleştiri yapmak, iğneleyici laf söylemek için yapılan paylaşımlardır.
- **Tweetstorm (Twitterstorm):** Kullanıcı belli bir konudaki paylaşımı 140 karakterden uzun geliyorsa parçalayarak yazmaktadır. Anlatım bütünlüğünü sağlamak için tweetlerini numaralandırmak zorundadır. Bu numaralandırmaya tweetstorm denilmektedir. 1/5, 2/5, 3/5, 4/5, 5/5 gibi yöntemler kullanılmaktadır.
- **Fleet:** Kullanıcılara son sunulan özelliktir. Ana sayfanın üst kısmında görünen fleetler tıpkı Instagram gibi 24 saatlik görünen paylaşımlardır. Hikâye akışı şeklinde görüntülenebilir, emoji veya yorum yazılarak cevap verilebilmektedir. Kullanıcılar bu özelliğe sadece mobil cihazlardan ulaşabilmektedir (<https://sosyalmedya.co/>, Yeni kullanıcılar için Twitter terimleri, E.T.:18.12.19).

1.1.4. Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı

We Are Social ve Hootsui tarafından hazırlanan internet ve sosyal medya kullanımını inceleyen ‘Digital 2019 in Turkey’ adlı rapor verilerine göre; 82,4 milyon nüfusa sahip olan Türkiye’nin %72’si (59.36 milyon) internet kullanıcısı, %63’ü (52 milyon) sosyal medya kullanıcısı, %53’ü (44 milyon) aktif sosyal medya kullanıcısıdır.



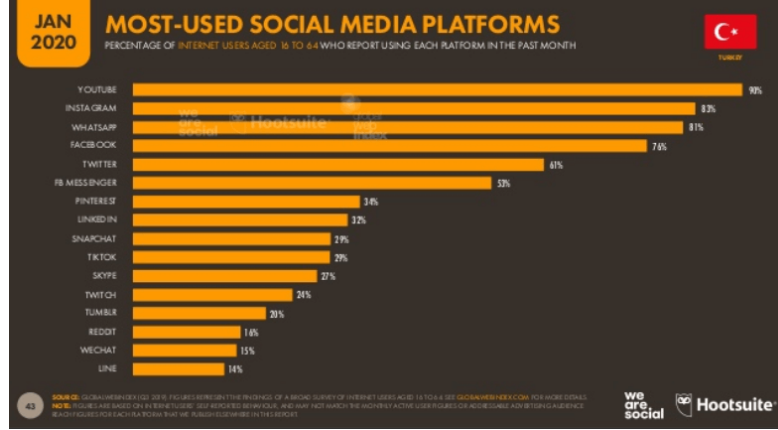
Şekil 1.1. 2020 We Are Social Türkiye İnternet Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri

‘Digital 2020 in Turkey’ raporuna göre ise internet kullanıcısı, %74’e (62 milyon), sosyal medya kullanıcısı %64’e (54 milyon), mobil kullanıcısı, %92’ye (77 milyon) yükselmiştir.



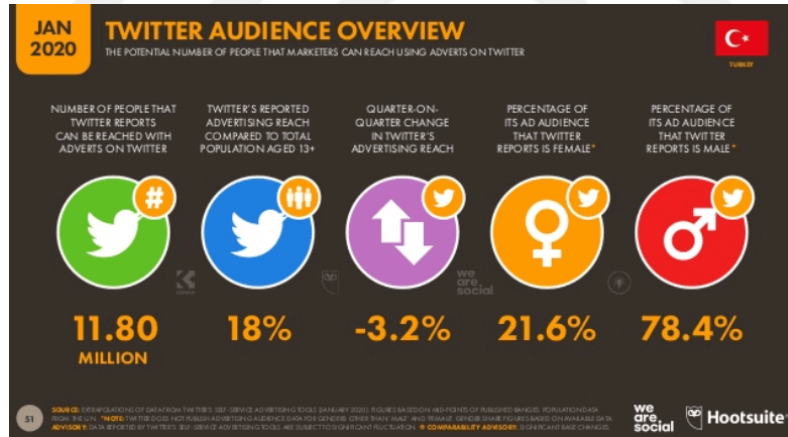
Şekil 1.2. We Are Social 2020 Türkiye Yıllık Dijital Değişim İstatistikleri

İnternet kullanıcı sayısı %4 (2,4 milyon), sosyal medya kullanıcı sayısı %4,2 (2,2 milyon), mobil kullanıcı sayısı %3,4 (2,6 milyon) oranında artmıştır. İnternet kullanıcıları günde ortalama 7,5 saatlerini internete bağlı geçirmektedir.



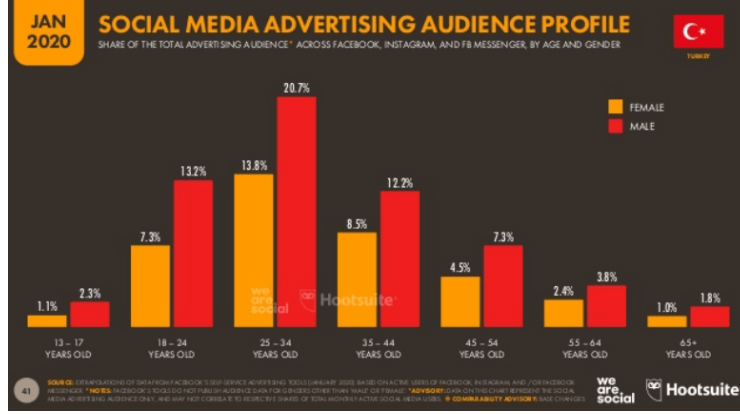
Şekil 1.3. We Are Social 2020 Türkiye’de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları İstatistikleri

Türkiye nüfusunun %64’ü 54 milyonu sosyal medya kullanmaktadır. En aktif sosyal medya platformu %93 oranıyla Youtube’dur, onu %83 ile Instagram ve %83 oranıyla Whatsapp takip etmektedir. Facebook %76’lık oranıyla geçen seneye göre bir sıra geriye düşmüştür. Twitter %61’lik bir orana sahiptir. LinkedIn ve Snapchat de en çok tercih edilen diğer sosyal medya platformlarıdır.



Şekil 1.4. 2020 Twitter Kullanıcı İstatistikleri

Twitter’ın kullanıcı sayısı 11,8 milyon olarak görülmekte ve bu kitlenin büyük bir bölümü erkek kullanıcılardan oluşmaktadır. Çalışmanın da inceleme alanı olan Twitter’ın erkek- kadın kullanıcı arasındaki fark dikkat çekmektedir.



Şekil 1.5. We Are Social 2020 Türkiye Sosyal Medya Kullanıcılarının Yaş Dağılımı

Cinsiyet ve yaş dağılımı grafiğini incelediğimizde her yaş grubunda erkek kullanıcı sayısının daha fazladır. Her iki cinsiyet grubundan kullanıcı oranının en yüksek olduğu yaş 25-34 yaş aralığıdır (<https://dijilopedi.com/2020>, Sosyal Medya İstatistikleri, E.T.: 12.11.20).

Sosyal medyanın popüler hale gelmesi ve kullanımındaki düzenli artış, bireylerin sosyal medyada kimlik oluşturmaya neden olmuştur. Sosyal medya kullanım istatistikleri incelendiğinde sonuçlar toplumdaki tüm yaş ve cinsiyet grubundaki bireylerin sosyal medya kullanımında yer aldığının göstermektedir. Toplumun sadece belli bir kesimi değil tamamı sosyal dünyanın içinde yer almaktadır. Pettman 'ın belirttiği yeni yaşam alanı toplumsal dinamikler üzerinde de etkilidir. Toplumlar kadına ve erkeğe farklı görevler yükleyerek kimlik inşası kurmuşlardır. Kurulan bu inşa bugün sosyal medya kanallarında yeniden üretilmektedir. Toplumsal ilişkiler, sosyal alanda yaşanmaya devam etmektedir. Toplumsal yapıyı biyolojik cinsiyet sınırlarından çıkarıp, toplumsal çerçevede inceleyen toplumsal cinsiyet kavramı temeline insanı olarak tutumlarda neden- sonuç ilişkisi aramaktadır. Her alanda kendini gösterebilen cinsiyet eşitsizliği sosyal medyada kendini daha kolay göstermektedir. Yazılı iletişimin kurulduğu sosyal medyada cinsiyet eşitsizliği dil ile ortaya çıkmaktadır. Sosyal medyada kullanıcının kullandığı dil, o birey hakkındaki tüm kültürel kodlarını ortaya koymaktadır. Kültürel kodlar bireylerin davranışlarını etkilemektedir. Bu davranış sosyal medyada iletişim kurmaksa bu iletişimin yolu kullanılan sözcüklerden geçmektedir.

1.2. CİNSİYET EŞİTSİZLİĞİNE DAYALI GÜÇ: ERİL DİL

Toplumsal cinsiyet ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğine dayalı kavramlar bilim insanlarının uzun süredir üzerinde çalıştığı bir konudur. Cinsiyet eşitsizliğine sosyolojik, kültürel birçok etken sebep olmaktadır. Cinsiyet eşitsizliğine kültürel faktörlerin etkili olduğu unsurlardan birisi eril dil kullanımınıdır. Erkeklerin kullandığı dil olarak bilinen eril dil, eril gücün temel alınması ve bunun ifade biçimi olarak sözcüklere yansıtılmasıdır.

Eril dil kullanımı sosyal yaşamda benimsenmiş bir dil olduğu için kullanıma rahatsız etmediği gibi duyanı da rahatsız etmemektedir. Evde, sokakta her alanda karşımıza çıkan eril dil en çok erkek yoğunluğunun fazla olduğu alanlarda görülmektedir. Erkeklerin futbola ilgisiyle stadyumlarda maç sırasında taraftar şiddeti olarak karşımıza çıkan eril dil kullanımı teknolojik imkânlarla sosyal alan olan sosyal medyaya yansımıştır. Çalışmanın ana çerçevesini oluşturan cinsiyet eşitsizliğine dayalı eril dil kavramının futbolda karşımıza nasıl çıktığı araştırmanın temelinde yer almaktadır.

1.2.1. Toplumsal Cinsiyet Kavramı

Bireyin biyolojik olarak dişi (female) veya er (male) yaşama başlaması temeline dayanan cinsiyet kavramı toplumsal rol sisteminde kadın (woman) ve erkek (man) olarak kavramsallaşmıştır. Türk Dil Kurumu cinsiyet kavramını bireye, erkekle dişiyi ayırt ettiren yaratılış özelliği şeklinde tanımlamaktadır. Cinsiyet tanım gereği bireye doğuştan yüklenmiş bir olgudur. Ataman, cinsiyeti kadın veya erkek olmak olarak ifade etmektedir. Biyolojik olarak bir bedene sahip olma ve bunun iki fiziksel biçimi cinsiyet kavramını var etmektedir. Cinsiyetin toplumsal ve kültürel olarak yapılandırılmış erkeksellik ve kadınsallık kategorileri olarak belirtilmesi cinsiyet kavramına toplumun yüklediği davranış kalıplarını oluşturmuştur. (2009: 40). Erkeği erkek ya da kadını kadın yapan cinsiyet rolleri artık biyolojik faktörler değil kültürel faktörlerdir.

Toplumsal cinsiyet (gender) kavramını Ann Oakley 1972 yılında sosyoloji alanına dâhil etmiştir. Oakley'in literatüre eklediği toplumsal cinsiyet kavramı sadece biyolojik cinsiyet farkları ile açıklanamayan bir kavramdır. Toplumsal cinsiyet, cinslerin arasındaki eşitsizliğin toplumsal ilişkiler ve anlamlarına dikkat çekerek,

cinsiyetin sadece biyolojik farklılık olarak görülmesini kabul etmemektedir (Sancar, 2016:176). Cinsiyete dayalı iş bölümüne, toplumsal ilişkilere, toplumda kadın ve erkeğin pozisyonuna dikkat çeken bir kavramdır (Savcı,1999: 130). Toplumsal cinsiyet kavramına yeni bir kuramsal çerçeveden bakan Joan W. Scoatt, kadınlık ve erkekliğin birbirinin ötekisi olarak görmektedir, birbirini dışlayan fakat toplumsal anlamda birbirini tamamlayabilecek özellikleri olduğunu bu yüzden sadece bugünü değil, geçmişte yaşanmış toplumsal ayrımları anlamak için kullanılması zorunlu bir analitik kategori olduğunu öne sürmektedir (Sancar, 2016:178). Scoatt'ın analitik kategori ayrımı toplumsal olayları ve yön veren etkenleri anlamlandırma konusunda önemli bir belirleyicidir çünkü yaşanan tüm olaylar arasında geçmiş ve bugün nedensellik bağı kurularak anlaşılmaya çalışılmaktadır. Toplumsal cinsiyet birçok kavramla bağlantılıdır.

Gündelik hayatta bireye yüklenmiş olan toplumsal cinsiyet, biyolojik faktörden çok kültürel normlardır (Hanks, 2020:6). İnsanların tutum ve davranışlarını cinsiyet ön yargılarını oluşturmaktadır. Cinsiyet ön yargıları kadın ve erkeğin nasıl davranacağını, görüntüsünün nasıl olacağını, kişilik özelliklerinin nasıl olması gerektiğini sınırlayan, iki cinsin arasındaki farkları belirleyen bir yapıdır (Vatandaş, 2007: 33). Ön yargılara göre bakış açıları şekillenen toplumlarda erkeğe atfedilen bir davranış kadın yaptığında ayıplanır ya da tam tersi kadın davranışı olarak görülen bir davranış erkek sergilediğinde tepki görür. Mesela ağlamak kadınlara özgü görülen bir davranıştır ve bir erkek ağladığında kadın gibi ağlıyor yorumuna maruz kalmaktadır. Argo konuşmak, küfretmek de erkek davranışı görüldüğü için küfreden bir kadın ayıplanmaktadır. Oysa bir erkeğin ağlaması, bir kadının hatalı konuşması son derece insanı eylemlerdir. Ön yargının temelinde cinsiyet ayrımcılığı yatmaktadır. Cinsiyet eşitsizliğinin daha baskın olduğu toplumlarda ön yargılar daha çok kadın üzerinden yaşanmaktadır. Toplumsal cinsiyet kavramına karşı kadın ve erkeğin arasındaki genetik ve hormonal farklılıklar öne sürülerek biyolojik indirgemecilik ortaya atılmıştır (Connell, 2016: 71).

Genetik farklılıklar, toplumların kadın-erkeğe bakış açısında kültürel baskı olarak karşımıza çıkmaktadır. Farklılıklar üzerinden belirlenen toplumsal roller sosyal alanda yaşayış biçimini belirleyen önemli faktörlerden birisidir. Doğal farklılıklar öğretisinin iki ana değişkeninden birisi toplum doğanın gölge olayı olarak ele alınmıştır. Bu teoriye göre biyoloji toplumsal cinsiyeti belirler (Connell, 2016:111). Kadının daha zarif, erkeğin daha güçlü yaratıldığı inancı kadın ve erkeğin asla eşit olmayacağı savı buna

örnektir. Bu örnek Wilson'un; "Erkekler ve kadınlar arasındaki fiziğe ve mizaca ilişkin farklılıklar, kültür tarafından evrensel erkek egemenliğine doğru aktarılmaktadır" yorumunu fiziksel farklar üzerinden açıklamaktadır (Connell, 2016:119). Böylece ataerkil toplumlar biyolojik farkları öne sürerek eril iktidarı toplumsal öncelik olarak meşrulaştırmışlardır. Açıktır ki cinsiyet eşitliği genetik değil tamamen sosyal alana karşı verilen bir mücadeledir. Biyolojik farklılıklar üzerinden oluşturulup kültür tarafından benimsenmektedir. Böylece kadın ve erkeğe yönelik tutumlar, değerler ve davranışlar şekillenmektedir.

Ocakley'in 1972 yılında sosyal bilimlere kazandırdığı toplumsal cinsiyet kavramı günümüzde hâlâ tam anlamıyla kavranabilmiş bir kavram değildir. Sosyal alanda yaşanan eşitsizlikler bugün de devam etmektedir. Farklı alanlarda farklı yüzlerle karşımıza çıkan eşitsizlik sorununa çeşitli önlemler alınmaya devam ediliyor olsa da eşitsizliğin son bulup bulmayacağı soru işaretidir. Modern toplumlar eskiye oranla daha bilinçli olsa bile kültürel miras olarak nesilden nesile aktarılan kodlardaki eril iktidar sürmektedir. 1948 yılında Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Komisyonu tarafından hazırlanan İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin ilk maddesi şöyledir; "Bütün insanlar hür, haysiyet ve haklar bakımından eşit doğarlar. Akıl ve vicdana sahiptirler ve birbirlerine karşı kardeşlik zihniyeti ile hareket etmelidirler" (<https://www.unicefturk.org/>, İnsan Hakları Beyannamesi, E.T.: 12.02.20). Beyannamenin maddesi açık bir şekilde eşitlik olgusunun üzerinde durmaktadır. Toplumun kültürel yapısı, toplumsal rollere bakış açısını etkilemektedir.

Son olarak Türk toplumuna değinecek olursak ataerkil bir yapıya sahip olan toplum, cinsiyet ayrımcılığının keskin bir çizgi ile yaşandığı dönemleri geride bırakmıştır. Günümüzde kadın çalışmaz evinde çocuğuna bakar kalıbı büyük oranda yıkılmış, kadın iş dünyasında varlığını kabul ettirmiştir. Altının çizilmesi gereken önemli bir nokta da M. Kemal Atatürk'ün en büyük devrimlerinden birisi olan Cumhuriyet rejimiyle toplumdaki cinsiyet ayrımcılığını devlet politikası olarak sonlandırmasıdır. Atatürk'ün kadın reformu ile kadın haklarında yaptığı düzenlemeler diğer ülkeleri de etkilemiş, örnek olmuştur (Göksel,1993:144). "Bir toplum, bir millet erkek ve kadın denilen iki cins insandan meydana gelir. Mümkün müdür ki, bir toplumun yarısı topraklara zincirlerle bağlı kaldıkça, diğer kısmı göklere yükselebilin!" sözü ile tüm toplumsal cinsiyet alanında yapılan çalışmaları özetlemektedir.

1.2.2. Erillik Kavramı ve Eril Tahakküm

Anne Oakley'in 1972'de yayımlanan *Sex, Gender and Society* kitabıyla toplumsal cinsiyet kavramı feministler arasında tartışılmaya başlanmıştır. Cinsiyet rolleri önem kazanan bir kavram olmuş, böylece kadınsı ve erkeksi kavramlarının toplumsal hayatta değişim gösteren kavramlar olduğu açıklanmıştır (Acar, 2013: 233-234). Butler'de biyolojik cinsiyeti görmezden gelmemekte, dişil ve eril ayrımının toplumsal cinsiyete temelde katkı sağladığını söylemektedir (Direk, 2009:73). Freud cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramlarını dişinin dişiliği, erkeğin erkekliği üzerinden kurduğu ilişkiyi tanımlamayla eril ve dişilin biyolojik çerçevesine gönderme yapmaktadır. Freud'a göre asıl sorun biyolojik er ya da dişi olmak değildir. O kadın ve erkeğin biyolojik aynalarını yani psikolojilerini sorun görmektedir. Dünyaya gelen bebek içinde var olacağı toplumun kültürel değerlerine göre dişiliği veya erkekliği kazanacaktır. Bu durumda kültür bireyleri hangisine yönlendirirse birey o dayatmayı kabul etmek zorunda kalacaktır. Bu da biyolojik cinsiyet ile toplumsal cinsiyet arasında kurulan psikolojik bağıdır. Cinsiyeti belli olan bebeğe daha dünyaya gelmeden kız ise pembe oğlansa mavi tonlarda yapılan hazırlıklar Freud'un kurduğu ilişkiyi desteklemektedir. İlerleyen yıllarda kız çocuğu şöyle oğlan çocuğu böyle davranır şeklinde devam eden tutumlar yetişkinlik çağında eril hâkimiyet üzerine kurulu bir hal almaktadır (Direk, 2009: 70). Erillik kavramı ile toplumsal çerçevede erkeklik davranışları üzerine kurulu bir baskı olarak karşı karşıya kalınmaktadır.

Erillik kavramını kültür bağlamında inceleyen Hofstede kültür boyutlarının dördüncü boyutunu erillik- dişilik olarak incelemiştir. Hofstede'nin erillik ve dişilikte temel aldığı nokta sosyal rollerin cinsiyete bağlı olarak kurulmasıdır. Toplumda erkeğe ve kadına verilen roller üzerinden o toplumun cinsler hakkındaki temel inançları, değer kalıpları görülebilmektedir. Dişilikte, eşitlik, yaşamak için çalışma, insan ve çevrenin önemli olması, yaşam kalitesi, duygusallık, yardımseverlik, bağımlılık gibi kavramlar ile bağlantı kurulmaktadır. Erillik ise, başarı, kahramanlık, erkek egemen, bağımsızlık, para ve eşyanın önemli olması, hırs, saldırganlık kavramları ile bağlantılıdır (Aydoğan& Zemestani, 2014:54). Kadın ve erkek rol dağılımıyla çocukluk döneminde cinsiyete dayalı davranış biçimleri olarak öğretilmektedir (Kartarı, 2006:93). Doğduğu andan itibaren cinsiyet rollerine uyum sağlamak zorunda kalan bireyler öğrendikleri rolleri eril

ve dişil olarak yaşamak zorunda kalmaktadırlar. Cinsiyet, cinsler arasında yaşanan siyasi aykırılığın dilsel ifadesidir. Cinsiyet tekil olarak kullanılır aslında iki cinsiyet yoktur derken erilliğın cinslikten çıkıp genel bir kavram haline gelmesine dikkat çekmektedir. Bir cinsiyetin var olduğunu onun da kadınsı olduğunu erilin bir cinsiyet olmadığını iddia etmektedir (Witting, 1983:64).

Erilin genel olması biyolojik erkeklikten çok daha büyük anlam taşıdığını göstermektedir. Eril sadece biyolojik er değil, erkeklik temelli bir iktidar, dil, roldür. Erkeklerin kadınlar üzerindeki iktidarı, güce dayalı bir iktidar olmasıyla belirginleşmektedir. Bu kadınlar tarafından itiraz etmeden isteyerek kabul edilmiştir. Razi olan taraf olması bunu kedi isteğiyle gerçekleştirmesinden kaynaklıdır. Fakat pek çok kadının buna itiraz etmesi, ifade etmeye başlaması toplumsal rolleri sorgulayan, erkek iktidarına karşı duruş sergileyen kadın sayısının artmasını sağlamıştır (Mill, 2016:23). Plumwood, yeniden toplumsal cinsiyetlendirme kavramını öne sürerek, cinsiyet farklılıklarını yok edilebilir olduğunu iddia etmektedir. Eril ve dişil bedenlere yüklenen toplumsal anlamlar geçerliliğini yitirmektedir. Kişinin cinsiyetine bakılmaksızın birey olarak görülebileceğinin vurgusunu yapmaktadır (Acar-Savran, 2004:308). Cinsiyet rollerini tamamen yok saymak mümkün müdür? İnsanın yeryüzünde var olduğu tarih öncesi dönemden bugüne kendi arasında yaptığı iş bölümü, davranış kalıplarını göz önünde bulundurursak mümkün değildir. Toplumsal yaşamda, hâkimiyet elde etmeye çalışmadan yaşamaya çalışılırsa Plumwood'un, yeniden toplumsal cinsiyetlendirme kavramı hayat bulmuş olacaktır.

Eril Tahakküm

Tahakküm kelimesinin sözlük anlamı baskı, zorbalık ve hükmetme kavramlarına karşılık gelmektedir. Eril tahakküm en genel haliyle erkek odaklı baskı olarak yorumlanmaktadır. Erkek bu gücü kendisinde bulmakta mıdır yoksa bu güçte olduğu ona öğretti olarak sunulmakta mıdır? Woolf kadınlara yönelik ayrımcılığa dair şöyle bir cümle kurmaktadır; "Toplulukları saygı duyduğumuz erkek kardeşlerimizi, yüksek sesli, demir yumruklu bir erkek canavara dönüştüren komplolar olarak görüyoruz" (2019:149). Ataerkil toplumlarda erkek, gücünü ona aktarılan kültürel kodlardan almaktadır. Kültürel kodları insanlar oluşturmakta, yaşayış biçimlerine göre şekillendirmektedir.

İlk insan topluluklarında cinsiyet farkı diye bir ayrım olmadığını, erkeklerin kadın üzerinde kurduğu gücün, sınıf bölünmelerini ortaya çıkardığını buna bağlı olarak toplumsal cinsiyet kavramının oluştuğunu savunan Giddens, “Evlilik müessesesi nedeni ile kadın, erkeklerin sahip oldukları özel alanlarının bir parçası haline gelmişlerdir. Sınıf farklılıkları ortadan kalktığında kadınlarda esaretten kurtulacaktır” yorumuyla eril tahakkümün tarihinin yerleşik hayata geçilmesine dayandığının altını çizmektedir (1997:147). Coral J. Adams eril tahakküme başka bir boyuttan ele almış beslenme şekillerini incelemiştir. Farklı kültürlerden örnekler ile et yemenin erkek davranışı olarak görülmesini tarihsel süreçte incelemiştir. Kültürel açıdan erkeğe üstünlük sağlayan bu alışkanlıklar biyolojik yönden de erkeğe güçlendirerek toplumsal cinsiyetin daha en başında tartışma konusu olan biyolojik farklılıklara gönderme yapmaktadır. Temel beslenme düzeni insanın hayatının sürdürmesindeki büyük etkenken protein ağırlıklı beslenmeyle güç arasında güçlü ilişki vardır. Eril olmak yeme alışkanlığı gibi temel ihtiyaçlar üzerinde bu kadar etkili ise insan ilişkilerinde kurduğu tahakküm kaçınılmazdır (Adams, 2019). Pierre Bourdieu, eril ayrıcalığı ayrıca bir tuzak olarak görmektedir. Erkeklerin her koşulda erkekliğini ispatlamaya zorlayan bir gerilime ve çekişmeye maruz kaldığını bunun da olumsuz yanını teşkil ettiğini belirtmektedir. Erkekliğin her şeyden önce bir görev olarak görülmesi erkeğin omuzlarına yüklenen bir sorumluluktur (2018:68). Eril şiddet kendisi gibi olmayan diğer erkekleri de hedef almaktadır. Eril tahakküm heteroseksüel olmayı erkeklik olarak kabul eder ve homoseksüel bireylere karşı şiddeti meşru kılan bir duruş sergilemektedir. Sosyal hayatta karşımıza çıkan bu şiddet ve nedenleri homofobi başlığı altında tekrar ayrıntılı olarak incelenecektir.

Eril gücü, erkeğe olduğundan fazla gösterenin kadınlar olduğu eleştirisini yapan Woolf, tahakkümü farklı bir açıdan ele almıştır. Woolf’un; “Kadınlar yüzyıllardır, erkek görüntüsünü gerçek boyutlarının iki katında gösterebilen büyülü ve enfes bir güce sahip birer ayna görevini yerine getirmişlerdir” cümlesiyle kadınlara bir eleştiride bulunmaktadır (2015:43). Kadının evde iş bölümü olmadan bütün işlerin sorumluluğunu alandır. Kadınlara tahakkümün mantığı dayatılmaktadır ve bunu erkek ve kadın farkına varmak yerine, hükmedilen ilişkisi kurarak içgüdüsel bir itaat olarak yaşamaktadır (Bourdieu, 2018: 46). Eril tahakküm önce ikili ilişkilerden başlamakta sonra büyüyerek topluma yayılmaktadır. Woolf eleştirisine örnek olarak Türk kültüründen erkek annesi

olmak örnek verilebilir. Anne figürü daima oğlan çocuğunu erkek olmaya hazırlayarak büyütür ve hayatı boyunca bunu devam ettirmektedir. Evlendiğinde kaynana figürü olarak gelini ile sürekli çatışma halindedir. Eril tahakküm konusunda erkekten önce kadın bilinçlendirilmelidir sonucu çıkarılabilir. Bireylerin bakış açılarının değişmesi bunun için yeterli olur mu sorusu kuramcıların tartıştığı noktalardan birisidir.

İnsanın aile ve yakın sosyal etkileşim çevresi içinde, daha sonra okul eğitiminde kazandığı ve içselleştirdiği algılama, düşünme, hareket, davranış ve edim kalıpları olan habitusu, toplumsal cinsiyet olarak görmek mümkün müdür? Eril Tahakküm, değiştirebilir mi yok edebilir mi soruları çerçevesinde tartışılmaktadır. Geç modernite üzerine çalışan eylem kuramcılar bu ilişkiyi refleksif dönüşüm kuramları adıyla öne sürerek açıklamaya çalışmışlardır. Geleneksel olanın yapılmaması üzerine ortaya çıkan dönüşümleri temel alan kuram bireyin kendi kendini değiştirebileceğini öne sürmektedir. Yapısalcı ve post yapısalcı kuramlarda da toplumsal dönüşüm için öznel davranışın gerekliliğine dikkat çekilmektedir (Sancar, 2016:195). Bourdieu, habitus ile cinsellik arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Kişiliğin cinsiyete has habituslarla biçimlenmesi davranışları cinsiyete göre sınırlamakta, ayırtırmakta, gelişim süreci yavaşlamaktadır (<https://dusunbil.com/>, Habitus, “sermaye” ve toplumsal sınıflar, E.T.: 10.03.20). Bourdieu ‘nu yeniden gelenekleşme ile toplumsal cinsiyet ilişkilerinin değişeceğini savunmaktadır. Yaşanan toplumsal dönüşümler Bourdieu’yu haklı çıkarmaktadır. Kadınların kamusal alandaki görünürlüğün artması, iş ve sosyal yaşamda daha özgür hale gelmesi ile toplumların bakış açısında değişim yaşanmıştır. Geçmişten bugüne yaşanan toplumsal değişimleri göz önüne alarak eril tahakkümün değiştiğini söylemek mümkün olsa da yok olduğunu söylemek mümkün değildir (Sancar: 2016:195).

Eril tahakküm Bourdieu ’den beri tartışılan bir kavram olmaya devam etmektedir. Feminist düşünürler uzun süredir bu kavram üzerinde durarak eleştirel çalışmalarda bulunmuşlardır. Zaman içerisinde yaşanan gelişmelerle eril tahakkümün gücünü kaybetmesi cinsiyet eşitliliği açısından umut vericidir fakat çözüm önerileri halen yetersiz kalmaktadır.

Eril Dil

Dil, toplumların yaşayış biçimlerinden izler taşıyan nesilden nesile aktarılan bir kültürdür. Dil tarihçiler modern dönem başlarında İngilizcede eril zamirlerin hem erkekler hem de kadınlar için kullanıldığını belirterek dilsel cinsiyetçiliğin arttığını vurgulamışlardır (Connell, 2016:345). Eril dil denildiğinde akla ilk gelen erkeklerin kullandığı dil, cinsiyetçi küfürlerdir fakat böyle düşülmesi bir yanılgıdır eril dili toplumdaki tüm bireyler kullanabilmektedir. Tuğçe Işıyel, kadınların dilindeki erillik yazısında dilin eril olmasının nedenini iktidarın dili olması olarak görmektedir. Hükmeden, aşağılayan, yok eden kapalı bir dildir (<https://ozgurdenizli.com/>, Kadınların dilindeki erillik, E.T.: 15.03.20). Eril dil, kendinden olmayanı ötekileştirmeyi hedeflemektedir.

Eril dil sadece kadına yönelik şiddet gösteren bir değıldir erkekte bu şiddetten zarar görmektedir. Herhangi olumsuz bir durumda zayıflık belirtisi olarak kız gibi, ibne gibi söylemlere maruz kalması erkeğı sürekli güçlü görünmeye iten psikolojik bir şiddettir. Erkekler dışlanma korkusuyla sert erkek olmaya çalışarak erkeklik dünyasında varlığını kabul ettirme yoluna gitmektedirler. Psikolojik baskılar altında şiddeti dilde meşrulaştıran eril dili tercih etmek kolay bir yol olarak görülmektedir. Erkeklik ilişkisel bir kavramdır. Erkekliğı diğer erkeklerin önünde ve onlar için, kadınlığa karşıt olan kişinin kendi içindeki bir tür dişil korkusu inşa etmektedir. (Bourdieu, 2018:71). Dil ile kültür arasında sıkı bir bağlantı vardır. Eril dilin varlığı o dili konuşan insanların kültüründen ve oluşma sürecinden ayrı düşünülemez.

Cinsiyetle sözcükler arasındaki ilişki dilbilgisinde bazı ayrımlara yol açmaktadır. Bazı dillere cinsiyet özellikleri doğrudan yansıtılmıştır. Almanca, Fransızca ve bazı Dünya dilleri cinsiyetli dillerde yer alırken, Türkçe cinsiyetsiz diller kategorisinde yer almaktadır (Kerimoğlu& Doğan, 2015: 145). Türkçe cinsiyetsiz bir dildir fakat bazen kelimelere cinsiyet yüklendiğı görülmektedir. Adam kelimesini Türk Dil Kurumu insan, erkek kişi olarak almaktadır. Dokuzuncu anlamı olarak eş, koca olarak belirtmektedir. Özellikle adam kelimesini örneğinden gitmekte fayda var çünkü Türk Dil Kurumu anlam olarak belirttiğı açıklamada görüldüğü gibi cinsiyetçidir. Adam sözcüğünün kökeninin Âdem sözcüğüne dayanmaktadır. İbraniceden Türkçeye geçen kelimenin manası toprak, yer demektir. Zamanla insan, insanoğlu anlamı kazanmıştır

(Paksoy, 2019:75). Kelime köken itibariyle cinsiyetçi bir anlam taşımamaktadır. Adam gibi adam denildiğinde neden insanların aklına ilk erkek gelmektedir? Açıkça görülmektedir ki kültürel bakış açısı kelimeleri sarmaktadır. Adam kelimesi her ne kadar özünde insan olma anlamı taşıyor olsa da erkek ile özdeşleştirilmektedir. Adam ol, adam gibi davran gibi kalıplaşmış şekilde kullanan adam kelimesi üstün erkek olmayı betimlemektedir. Pembe kadın rengi görüldüğü için pembe kazak giyen bir erkeğe erkek adam pembe giyer mi göndermeli sorusu buna bir örnektir. Dil ve kültür ilişkisi bazen de meslek isimlerinde görülmektedir. Hemşirelik mesleği kadın ve erkeğin yaptığı bir meslek olsa da erkeğe hemşire yerine hemşir denmesi mesleğin kadına özgü görüldüğünü göstermektedir. Aynı durum asker kelimesi için de geçerlidir. Asker denildiğinde kişilerin aklına ilk gelen erkek cinsiyetidir. Eril dil kavramı bu çalışmada dil bilgisi olarak işlenmeyeceği için Türkçe dilbilgisi ayrıntılı olarak incelenmemiştir. Bu çalışmada eril dilin günlük yaşamla bağlantısı kurularak taraftar şiddeti ile bağlantısı incelenerek futboldaki görüntüsüne bakılacaktır.

1.3. FUTBOLDA ERİL DİL KULLANIMI

Türkiye’de futbol erkek sporu olarak görülmektedir. Taraftarın futbolculara, hakemlere ve karşı tarafın taraftarına uyguladıkları sözlü şiddet içinde erilliği barındırmaktadır. Argo cümlelerle, cinsiyetçi aşağılama içeren küfürlerle, homofobik söylemlerle futbol eril bir sosyal alandır. Bu sosyal alanda hegemonik erkeklik, insan vücudu üzerinden inşa edilmektedir. Hedef alınan özneler genelde eşcinsel bireyler olmaktadır. Eşcinsellerin cinselliğini, cinsel aktivitelerini hedef alarak eşcinsel bireyleri ötekileştiren, değersizleştiren tezahüratlarla stadyumda eril dili canlı tutmaktadırlar. Sloganlar genelde erkek olmayı yüceltme üzerine kuruludur. Dünya ve Türk futbolunda gol sevinci penis üzerinden yaşanmaktadır. Gol atmayı ‘s*kmak, g*rmek, k*ymak’ gibi kelimelerle ifade ederek futbolcu ve kaleciyi hedef alan cinsel aktiviteye gönderme yapan söylemler üretmektedir.

Futbol ile seks arasında kurulan bağ eril tahakkümün bir sonucudur. Taraftarlık ilişkilerinde de hegemonik erkeklik önemli bir konumdadır. Bireylerin sosyal alandaki davranışları o toplumun kültürel yansımasıdır. Futboldaki eril dil bize eril şiddetin sosyal alandaki yerini gösterirken erkek egemen bakış açısına ayna olmaktadır.

1.3.1. Argo ve Küfür

Eril şiddet erkeklik değerleri ve şiddet arasında kurulmuş olan bir köprüdür. Eril şiddet yaşa, cinsiyete, etnik kökenlere bağlı olarak en güçlünün kazanan olduğu davranışlardır. Ahlaki değerleri temel alarak her türden şiddet ile ilişkilendirilmektedir (Sancar, 2016: 216). Eril şiddetin dilde işleyişi argo sözcüklerde görülmektedir. Sözcüklerin gücü kullanılarak karşı tarafın aşağılanmasıdır. İşiyel eril dil yorumunda dilin hükmeden olduğunu belirtmekteydi argo kelimeler ile kurulmuş bir iktidardır.

Türkiye’de sporun gelişmesiyle birlikte taraftarın iletişim aracı haline gelen bir spor dili oluşmuştur. Şiddet unsuru olan argo ve küfürün kullanımı taraftarın eğitim seviyesi içinde bulunduğu sosyo-kültürel yapı, ekonomik düzeyine göre değişiklik gösteriyor olsa da tüm futbol takımlarının taraftarının kullandığı bir dildir. Ataerkil toplumlarda argo ve küfür içeren sloganlar çoğunlukla kadın ve kadın bedenine gönderme yapan söylemler içermektedir. Taraftarın kullandığı dil aynı zamanda toplumun kültürel yapısını da açığa çıkarmaktadır (Eker, 2010:177). Türk futbol taraftarlığının tarihine bakıldığında argo ve küfürün hemen oluşmadığı görülmektedir. 1930’lu yıllarda kara kartal, kanarya, cimbom gibi takımı betimleyen tezahüratlar kullanılmaya başlanmıştır. 40’lı yıllarda genel argo kelimeler sloganlara girmeye başlamıştır. Bugün de tribünlerde duyulan “Bir baba hindi, hey Allah... Fenere de bindi... hey Allah” tezahüratı oluşturulmuştur. 60’lı ve 70’lı yıllara gelindiğinde argo ve küfür dağarcığı oluşmaya devam etmiştir. 1980’li yıllarda köyden kente göçleri artması, ülkede yaşanan siyasi hareketler taraftarın tezahüratlarını etkilemiştir. 80’li yıllar kitleler halinde ağır tezahüratların söylendiği yıllardır. 90’lı yıllarda ülkeden yaşanan değişimlerden taraftarın dili de etkilenmiştir. Avrupa’da alınan başarılar “Avrupa Avrupa duy sesimizi... Bu gelen Türklerin ayak sesleri” gibi tezahüratlar spor diline yerleşmiştir (Gerek, Ünveren, Seyhan, 2015:191). Yıllar ilerledikçe yeni söylemler eklenerek sürdürülen spor dili bugüne gelmiştir.

Taraftarların bazı şarkı sözlerini takım marşı haline getirip söylediği görülmektedir. Bazen takımın renklerinden, takıma duyulan sevgiden bahseden bu sözler bazen karşı takımı hedef alan küfürler içermektedir. Beşiktaş taraflılarının Fenerbahçe’yi hedef aldığı; *‘Portakal soyulur mu, tadına doyulur mu? Fener sana bi k*ysam, fizandan duyulur mu? Al bunu alamaz mısın, sen ne biçim delikanlısın?’*

Fenerbahçe'nin, Beşiktaş'a cevaben; '*Ağzına s*k s*kmaya geldik, g*tünden kan almaya geldik. Beşiktaş ananı s*kmeye geldik.*' örneklerinde görüldüğü gibi taraftarlar küfürlü sloganlarla hem takımı hem de o takımın taraftarına saldırmaktadır. Sadece cinsel içerikli olmayan küfürler karşı tarafın kişiliğini de hedef almaktadır. Küfürün olduğu söylemler mutlaka kadın bedenini de hedef almaktadır bazen bu sloganlar anne figürü üzerinden inşa edilmektedir. Burada sadece iki takımın taraftarının birer sloganı örnek verilmiştir fakat bu takıma özgü bir durum değildir. Amatör ligden, süper lige, dünya kupası maçlarına kadar tüm takımların taraftarlarının değişik cümlelerle kurduğu küfür içeren sloganları ve marşlar söylenmektedir. Toplumsal yapıya göre değişiklik gösteren bu söylemleri demografik yapı fark etmeksizin herkesin kullandığı ortak bir dil haline gelmiştir.

Erkek egemenliğinin yaygın olduğu toplumlarda kadın mağlup erkek galiptir. Futbol kanalıyla bu durum yeniden üretilmektedir. Türk toplumu günlük yaşantısında cinsel öğeler içeren küfürler kullanmaktadır. Tribünde kullanılan dil sadece orada var olan bir dil değildir, gündelik hayatın tribüne taşınmasıdır. Toplumların tribün görüntüsü bize o toplumun kültürel yapısının aynasıdır. Türkiye'de rekabet kültürünün yaşandığı alanların başında futbol gelmektedir. Taraftarın uyguladığı dilsel şiddet, rekabetteki düşmanlıktan beslenmektedir (Talimciler, 2009:55). Perihan Mağden'e göre argo, erkeklerin belinde duran şık bir silahtır. Gündelik hayatında argoyla iç içe olan Türk taraftarları için tribündeki şiddet dili her an hazırda kullanılmayı bekleyen söz dağarcığıdır (<http://www.radikal.com.tr/>, Bir erkeklik aleti olarak: Argo, 05.07.20). Kültürü rahatsız etmeyen eril dil tribünde şiddet olarak görülmemektedir. Filiz Bingölçe Futbol Argosu Sözlüğü adında kapsamlı bir çalışma hazırlamıştır. Kitapta alfabetik sıra ile kullanılan argolu atışmalar, pankartlar, tezahüratlar ayrıntılı olarak verilmektedir. Brezilya'da takımın oyununun bozulacağına inanan taraftar, rakip takımın sahasına ya da kalesine kurbağa gömerek kurbağa büyü yapmaktadır. Türkiye'ye transfer edilen Brezilyalı futbolcular aracılığıyla uygulandığı rivayet edilmiştir. Futbol sayesinde kültürlerarası etkileşim de söz konusudur (Bingölçe, 2020: 140). Stadyumlarda argo ve küfürü engellemeye yönelik bazı önlemler alınmıştır.

Türkiye Futbol Federasyonu şiddete tepki olarak lütfen sloganlı bir kampanya düzenlemiştir. Lütfen sloganı; "Taraflı olmak ya da tarafsız olmak bir hak, imtiyaz değil, hepimiz buna göre seyredeceğiz, buna göre yöneteceğiz, buna göre yazacağız,

buna göre konuşacağız. Yani kuralıyla oynayacağız. Spor hepimizin. Onunla oynamayalım lütfen” şeklindedir (Bingölçe, 2020:142). Şiddet ve küfürü azaltmak adına kadın taraftarların stadyumdaki yoğunluğunun arttırılması hedeflenmiştir fakat hedeflenen düzeyde kadın taraftar tribüne çekilememiş, alınmaya çalışılan önlemler amacına ulaşmamıştır. 3 Mayıs 2012 tarihindeki Beşiktaş – Fenerbahçe maçını sadece kadın ve çocuk taraftarlar izlemiş ve kadınların da eril bir dil kullandığı gözlemlenmiştir. Hürriyet gazetesi ‘Kadınlar da bunu yaparsa’ başlığıyla bu olayı okuyucuyla paylaşmıştır (<https://www.hurriyet.com.tr/>, Özer, E.T: 27.04.20). Yine aynı şekilde sadece kadın ve çocukların izlediği 20 Eylül 2011 tarihinde oynanan Fenerbahçe-Manisaspor maçı için Akşam gazetesi ‘kadın taraftarlar da küfür etti’ başlığını atmıştır. Sadece kadın taraftarların alındığı maçlar göstermektedir ki argo ve küfrün tribünlerden silinmesi adına atılacak adımların, stadyumlardaki cinsiyet çeşitliliğini sağlamak kadar kısıtlı olmaması gerektiğini ispat edecek niteliktedir (<https://www.aksam.com.tr/>, kadın taraftarlar da küfür etti, E.T: 27.04.20). Yaşanan bu olaylardan net bir şekilde eril şiddetin sadece erkeklere özgü olmadığını söylemek mümkündür. Sosyal medyanın kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte taraftarın sözlü şiddet alanı genişlemiştir. Bu iki haberdeki odak noktamız yaşanan eril şiddet örnekleri olmasıdır ama bu haberlerde dikkat çeken bir diğer noktaysa haber dilidir. Haber başlığındaki bağlaç kullanımı haber dilindeki cinsiyet eşitsizliği örneğidir. Erkek taraftarın her zaman gerçekleştirdiği eylemi kadın taraftar yaptığında kadın da bunu yaparsa ve kadın taraftar da küfretti diyerek hem erkeğin eril dil kullanmasını hem de eril dili meşrulaştırılmaktadır.

Önceden sadece tribünlerde maç sırasında kullanılan spor dili teknolojinin imkânlarıyla sosyal medyada da kullanılmaya başlanmıştır. Taraftar sosyal medya hesaplarından takımlarının sosyal medya hesaplarına yorum yapabilmektedir. Takımların resmi hesaplarındaki paylaşımlar herkese açık gönderilerdir ve taraftarların buraya yaptığı yorumları herkes görebilmektedir. Bu da başka takımın taraftarlarının da özgürce yorum yapabilmesi anlamına gelmektedir. Yine takım taraftarların kendi içinde oluşturdukları küçük taraftar grupları ve sayfaları tüm sosyal medya kullanıcıların yorum yapabildiği alanlardır. Sosyal medyanın denetimsizliği bireyleri özgürleştirmektedir. Argo ve küfür içeren yorumlar, oluşturulan görsel/video içerikler ile şiddetin yeni alanı sosyal mecralardır.

1.3.2. Hegemonik Erkeklik

Hegemonik erkeklik en genel haliyle topluma ve kültüre göre değişim gösteren baskın erkeklik değerleri olarak tanımlanabilmektedir. Kavramı R.W. Connell öne sürmüş, Toplumsal Cinsiyet ve İktidar adlı kitabında erkekler ve iktidar ilişkilerini incelemiştir. Hegemonik erkeklik, erillik ve heteroseksüellik üzerine kurulu bir yapıdır. Bu nedenle yücelttiği erkeklikte çizdiği erkek görüntüsü dışındakileri dışlamaktadır. Hegemonik erkeklik ve ataerkillik yapısı birbiri ile bağlantılıdır. Dolayısıyla kamusal bir konumdadır (Connell, 2016:270).

Hegemonik erkeklik; “Kadınlarla ve tabi kılınmış erkekliklerle ilişkili olarak inşa edilir” (Connell, 2016: 271). Bu farklı sınıfsal konumlar, aile yapıları, kurumsal dinamikler yani farklı çevre koşulları içerisinde var olan bireylerin deneyimlediği erkekliklerin mücadelesidir. Connell, hegemonik erkekliğin en ayırt edici özelliğini heteroseksüellik olarak görmekte evlilik ile bağlantısına dikkat çekmektedir (2016:272). Sancar ise hegemonik erkek haritasını “genç, şehirli, heteroseksüel, iş sahibi, belli ölçülerde dindar, spor branşlarından bir tanesini yapabilecek seviyede beden gücüne sahip erkekler” olarak çizmiştir (2016:30). Erkek üstünlüğünün mağduru sadece kadınlar değil aynı zamanda erkeklerdir. Erkeklik, doğuştan var olan aynı zamanda kazanılan kaybedilme riski taşıyan bir statüdür. Erkeğin devamlı erkekliğini ispatlaması gerekmektedir. Bu durumda sürekli kaygı duyarak psikolojik şiddete maruz kalacaktır (Kondiyoti, 2015:82). Hegemonik erkelerde erkek cinsiyetine sahip olmak yetmemekte bazı kriterlerin sağlanması da gerekmektedir. Belirlenen erkek figürüne uygun davranışların sergilenmesi erkekler için önem taşımaktadır aksi takdirde ötekileştirmektedirler. Erkekler spor dalları arasında en çok futbol ile ilgilenmektedirler. Böylece futbol erkek egemenliğinin üst seviyede görüldüğü sosyal alanlardan birisi haline gelmektedir.

Futbolda kadına yönelik değil erkeğe yönelik bir üstünlük söz konusudur. Hiyerarşik erkek yapılanmasında kazanım sağlayan yine aynı seviyedeki erkekler ile mücadele etmektedir. Hegemonik erkeklik hiyerarşik yapılanma ile futbolda üstünlük kazanmıştır (Bulgu, 2012:208). Sancar’ın çizdiği erkek haritasındaki spor dallarından birini yapabilecek güce sahip olan erkek görüntüsü fiziksel gücü elinde bulundurandır ve böylece erkeğin erkeğe karşı kurduğu bir iktidar meselesi futbolda varlığını

göstermektedir. Hegemonik erkeklik, eril şiddeti futbol alanın desteklemekte taraftarın oluşturduğu spor diline temel oluşturmaktadır. Futbolda yaşanan fiziki ve sözlü şiddet, Connell'in hegemonik erkeklik kavramını oluştururken dikkat çektiği güçlü erkek olma olgusuyla eşleşmektedir. Futbolda şiddet aracı, hegemonik erkeklik üzerinden iktidar kurma mücadelesi olarak süreceği için kadınların ve öteki erkelerin dâhil edilmediği bir alan olmaya devam edecektir (Bulgu, 2012:218).

1.3.3. Homofobi

Homofobi kavramını ilk olarak George Weinberg'in Society and the Healthy Homosexuals adlı eserinde kullanmıştır. Homofobi, homoseksüel bireylere karşı ön yargı ve öfke duyma, nefret etme halidir. Eşcinsellere karşı duyulan öfke ve korku toplumda bu bireylerin dışlanmasına sebep olmaktadır. Heteroseksüel bireylerin homoseksüel bireylere karşı olan bu tutumunda birçok etken bulunmaktadır. Özellikle inanç sistemi toplumların düşünce ve davranışlarını etkilemektedir. Semavi dinlerin eşcinselliği günah olarak sınıflandırması bireylerin eşcinsellere karşı tepkili olmasını neden olmakta ve homofobik tutumları geçerli hale getirmektedir. Hristiyanlıkta kilise doğal olmadıklarını iddia ederek eşcinselliği yasa dışı kabul etmiştir. M.S. 527 yılında gerçekleşen deprem ve salgın hastalıkların nedenini eşcinsel çiftlerin varlığı olarak görmüştür (Ertan, 2010:5).

İslamiyet'te ise Kur'an-ı Kerim'in Araf Suresi'nin 80.ayeti; "Çünkü siz, kadınları bırakıp da cinsel tatmin için erkeklere yanaşıyorsunuz. Doğrusu siz haddi aşan bir topluluksunuz" şeklindedir. Türk toplumu uzun yıllar önce İslamiyet'i kabul etmiştir ve inanç değerleri kültürü şekillendirmiştir. Kültürel olarak eşcinselliği günah olarak kabul eden Türk toplumunda homofobik bakış açısı dini değerlere bağlıdır.

Ataerkil toplumlarda erkek gibi erkek olmak üzerine kurulu bir bakış açısı hâkimdir. Hegemonik erkeklik bölümünde bahsedilen erkek modeline göre eşcinsel erkekler ötekileştirilmiştir. Homofobi eşcinsel kadınlardan ziyade erkekleri hedef almaktadır. Herak'e göre; erkek eşcinselliği erkekliği olumsuz etkilemektedir. Heteroseksüel erkekliğin zarar görmesi ataerkil yapıda erkek hegemonyasına zarar verecek bir etken olarak görülmektedir (Ertan, 2010:7). Futbol, hegemonik erkeliğin üst düzeyde yaşandığı bir alan olduğu için homofobi burada kendini şiddet içeren

tezahüratlarda göstermektedir. En basit ve akla ilk gelen örneği 'i*ne' kelimesidir. Karşı tarafa hakaret etmek için i*ne kelimesi kullanılarak biz delikanlı erkekleriz siz i*nesiniz yani erkek değilsiniz göndermesi yapılmaktadır. Eşcinsel bireyler erkek olarak değerlendirilmedikleri için top benzetmesine maruz kalmaktadırlar. Taraftarlar spor üzerinden futbol ile hiç alakası olmayan bireylere karşı da homofobik söylemler üretmektedir. Örneğin; Bülent Ersoy oğlunu göndermezmiş askere, göndersen ne fark eder alır pembe teskere. Biz vatan sevgisini yazmışız yüreklere, Allah belanı versin Bülent Ersoy bin kere söylemi ile Bülent Ersoy'a gönderme yaparak milliyetçilik değerleri üzerinden gerçekleştirilen nefret söylemi söz konusudur. Taraftar şiddeti olarak homofobiyi sonlandırmak mümkün müdür? Bunun için hegemonik erkekliğin yapı taşlarını değiştirecek kültürel bir dönüşüme ihtiyaç vardır. Toplumsal kurumların iktidar mücadelesini sonlandıran eşitlikçi sosyal alan sunması gerekmektedir (Ertan, 2010:159).

Taraftarın tribünlere yansıyan bakış açısı sosyal medyaya yansımazdır. Stadyumdaki eril dili sonlandırmak adını önlemler alınmaya çalışılmış ama yeterli olmamıştır. Sosyal medyadaki denetimsizlik eril güce hizmet etmektedir. Bu çalışmanın bir amacı da taraftarın Twitter aracılığıyla eril dili sosyal medyada özgürce kullanımına dikkat çekmektir. Dijitalleşen dünyada şiddetin önüne geçilmesi için öncelikli olarak sosyal medyadaki denetimini artırılması gerekmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

FUTBOLDA TARAFTARLIK VE ŞİDDET

Futbol; insanları eğlendiren, dinlendiren ve beraberlik duygusuna hitap eden, bireysel olmayan bir oyundur. İki takımın olması gerekir, belli kişiyle oynanır bu kişilerin birbirinden farklı görevleri vardır. Futbol, sahada takım-futbolcu ilişkisine, tribünde takım-tarafar ilişkisine dayanmaktadır. Beraberlik ruhu olmadan takım oyunundan söz etmek mümkün değildir, sahadaki bu tutum taraftarla birleşerek takım ruhunu oluşturmuştur. Taraftarlar takımına destek olan, galibiyet alması için takımını sözleri ile harekete geçirmeye çalışan kitlelerdir. Taraftar oyuna olan tepkisini tezahüratlarla belli etmektedir. Karşı takımının motivasyonunun düşürmeye, kendi takımını yükseltmeye yönelik olan bu söylemler, içerisinde öfkeyi barındırmaktadır. Taraftarın öfkesini belli etme yolu sözlü şiddete dayanmaktadır.

2.1. FUTBOLUN DOĞUŞU VE GELİŞİMİ

İnsanlık tarihi kadar eski olan futbol, insanların hayatında önemli bir konuma yerleşmiş olan bir spor dalıdır. Bireylere eğlence alanı oluşturan futbol toplumlar için bir çeşit rahatlatma kaynağıdır. İlkel yöntemler ile oynanmaya başlayan futbol gelişerek günümüze kadar gelmiş, en çok tercih edilen spor dallarından biri olmuştur. Kaşgarlı Mahmut Divan-ı Lügat-it Türk'te, Türklerin kuzu postunun içini hava ile doldurdukları adına tepük dedikleri bir oyun kurduklarından bahsetmektedir. Orta Çağ'da köylülerin oynadıkları La Soule, İtalya'da soylular tarafından oynanan Calcio oyunu futbola benzer özellikler taşımaktadır. Modern futbolun 26 Ekim 1863 tarihinde İngiliz Futbol Birliğince kurulduğu kabul edilir fakat kökeni Roma'ya uzanmaktadır. Askerler tarafından hem ayakla hem elle oynanan Harpastum oyununa dayanmaktadır. Ortaya çıkışı, oynanış biçimi ve ismi farklılık gösterse de yüzyıllardır insanların hayatında önemli bir konumda olduğu ortadadır (Sert, 2000: 51). Bireyleri eğlendirme, dinlendirme yönü ağır basan oyunun popülerlik kazanmasında dönem şartları da etkili olmuştur. Futbolun gelişmesinde ve yaygınlaşmasında fabrika yasalarının payı büyüktür. İşçilerin çalışma saatlerini düzenleyen yasa çalışma saatleri azaltmış, cumartesi yarım gün izin hakkı ile kendilerine ait zaman dilimlerini genişletmiştir. Bu

da futbolda seyirci kitlesinin oluşmasına taraftar kavramının doğmasına yol açmıştır (Demir& Talimciler, 2015: 20). Futbol, çalışanları sadece eğlendirmekle kalmamakta aidiyet duygusuna da hitap ederek bireyleri ortak bir çemberin içinde tutmaktadır. Futbol aynı zamanda iktidar sahiplerinin fayda sağladığı ideolojik bir araçtır. Ülkelerin toplumsal yapısı içerisinde kendine bir alan açan, toplumu etkileyen ve toplumdan etkilenen bir spor faaliyetidir (Demir& Talimciler, 2015: 25). Birçok etkenin birleşmesiyle futbol sadece bir oyun olmaktan çıkıp toplumun bir parçası haline gelmiştir.

2.2. TARAFTARLIK KAVRAMI

Taraftar, en genel tanımıyla her şartta takımının yanında olan kişidir. Tuttuğu takımın futbolcusuna, rengine, diğer taraftarlarına karşı gönülden bağlı olan kimselerdir. Taraftar ve taraftarlık olgusu olmadan futboldan da söz etmek mümkün değildir. TDK'nin tanımına göre; sporcunun temsil ettiği renklere, kulübe ve bayrağına bağlı olan kimselere taraftar denilmektedir.

Futbol ile ilgilenen kişilerin taraftarlık çeşitleri üç ana gruba ayrılmaktadır. Maçları ve spor olaylarını herhangi bir medya yoluyla takip eden kitleye seyirci denilmektedir. Seyirci, sadece takip ettiği için diğer türlere göre en pasif olan tür olarak değerlendirilmektedir. Seyirciliğin bir üst seviyesi fanatikliktir. Fanatikler iç veya savunma fark etmeksizin takımının yanında olmakta tribünden marşlarla maç sırasında futbolcunun motivasyonunu yüksek tutmaya çalışmaktadırlar. Taraftarlığın son türü fanatikliğin çirkin yüzü olan holiganlıktır. Holigan, aşırı davranışlarda bulunan, çevreye zarar verme eğilimi olan fanatizmi en üst seviyede yaşayan taraftar grubudur. Holiganlar için takımları her şeyden önce gelmektedir (Demir& Talimciler, 2015: 37-39). Taraftarlık olgusu üç ana gruba ayrılrsa da hepsinin kendi içinde farklılaşmakta hatta takımına, yapılanmasına göre bile değişik tutumlar sergilemektedirler.

Taraftar gruplarının kendi içlerinde bazı özellikleri vardır. Seyirciler, takım üyeleri ile belli düzeyde iletişim kurmaktadırlar. Müşterek bir düşüncenin etrafında toplanarak teşkilatlanmaktadırlar. Manipülasyona açıktırlar. Tezahürat ederek takıma destek olabilir ya da tepki göstererek slogan atabilir veya maçı terk ederek tepki

gösterebilirler. Taraftar tuttuğu takımı içselleştirir kazanırsa mutlu kaybederse mutsuzdur. Futbol takımı ile kurduğu bağa göre taraftarlık üç gruba ayrılmaktadır.

- **Geçici Taraftar:** Takımın kazanma ya da kaybetme faktörü taraftarlığın belirleyicisidir. Takım galibiyet aldığında biz kazandık olarak takımı sahiplenmekte, kaybettiğinde ise onlar kaybetti olarak ötekileştirmektedirler. Geçici taraftarlıkta sadakat söz konusu değildir.
- **Yerel Taraftar:** Doğdukları yerdeki veya buldukları coğrafyadaki takımı desteleyen taraftarlardır. Yerel taraftar şehir değiştirdiğinde ya da takımdaki takip ettiği futbolcu transfer olduğunda takım ile bağı koparabilmektedir.
- **Sadık Taraftar:** Diğer adı adanmış taraftarlık olan sadık taraftarlar için yer ve sınır zamanlaması yoktur. Diğer iki türden farkı bağlanma güdüsüdür. Sadık taraftar yense de yenilse de takımını desteklemeye devam ederek aralarındaki bağı güçlendirmektedir (Argan& Katırcı, 2008:117-120).

Fanatik kelimesinin Türk Dil Kurumu'nda karşılığı bağnazdır. Tuttuğu takımı bağnazlık seviyesinde inanan ve destekleyen taraftara fanatik denmektedir. Seyirci grubundan farklı olarak mutlaka tribünde yer alıp takımlarının yanında olmaktadır. Fanatik taraftarların maç kaçırmamaları, şapka, bayrak gibi aksesuarlar kullanmaları onları sıradan taraftarlardan ayırmaktadır. Fanatik taraftarlar takım kazandığında sevinip, rakip takım kazandığında öfkelenmektedirler. Her futbol takımının fanatik taraftar grubu vardır. Kendi aralarında teşkilatlanmış bu kişiler takıma duydukları sevgi ve sadakate bir araya gelmiş insanlardır. Fanatik taraftarlar tribünde şiddete eğilimlidirler. Galeano, fanatiklerin maça yüzü takım renklerine boyalı olarak gelen, yanlarında vurucu, kırıcı, aletler bulunduran ve hiçbir zaman yalnız olmayan bir topluluk olduğunu belirtmiştir. Fanatikler rakip takımın kaybetmesine odaklanırken grup olma hissinden güç almaktadırlar. Fanatikler şiddete eğilim gösteren grup olsalar da şiddeti en üst seviyede yaşayanlar holiganlardır (Talimciler, 2014: 68-69).

Taraftarlığın en üst basamağı olan holiganlar fanatikliğin çirkin yüzüdür. Tüm şiddet olaylarının altından çıkan bu grup fanatizmi en uç noktada yaşamaktadır. Takım sevgisinde sadakatin daha ötesinde takmışlık vardır. Karşılıksız oluşu insanın kendisiyle ilgilidir. Nedensiz ve yüksek seviyede tahammül söz konusudur. Mutlu

edebilirken, acı da verebilir iki duygu birliktedir. Takımına gol atılan bir taraftar kendi başına bir şey gelmiş kadar üzüntü duymaktadır (Bora, 2006:30).

Türk Dil Kurumu holiganlığı, özellikle futbolda fanatizmi besleyen, aşırı davranışlarda bulunan ve çevreye zarar vermeye eğilimli taraftar olarak bir cümlede özetlemiştir. Şiddetten beslenmektedir, karşı tarafa güç gösterisinde bulunmaktır. Holiganlar, fiziki kavgalara karışırlar ve genelde başlatan taraftırlar. Yanlarında kesici, patlayıcı malzemeler bulundurlar. Kendisinin ve başkalarının can güvenliğini önemsemezler. Genelde stada girmeden önce alkol alırlar. Pişmanlık ve suçluluk duymazlar kendilerini haklı çıkartacak nedenleri mutlaka vardır (Var, 2008:17). Holiganlar takımları için her şeyi göze alırlar. Balıkesirspor Baltok, Ümraniyespor maçında hakeme saldıran taraftar Ümit Adıgüzel'in davranışı buna örnektir.

2.3. TÜRK FUTBOLU VE TARAFTARLIK

Futbol, günümüzde olduğu gibi tarihte de Türklerin sevdiği hem fiziksel hem sosyal bir aktivite olmuştur. Çinli Huan, La Tartei adlı eserinde Orta Asya Türklerinin futbolu güncel kuralları ile aynı olan ayak topu oynadıklarını yazmıştır. Tsang şehrinde oynanan maçları gözlemleyen yazar; “Büyük tapınakların avlularında sık sık ayak topu müsabakaları yapılır. Oyun içinde topa elle dokunulmaz ya ayakla ya da başla vurulur. Amaç topu rakip kaleye sokmaktır. Erkekler gibi savaşmayı başaran Türk kadınları da bu oyunda mahirdirler” şeklinde aktarmıştır. Bir başka şehirde, Lervişko’da düzenlenen spor şenliklerine katılan Çinli Song Wen’in; “Tapınaklara bağlı spor kulüpleri sık sık büyük bayramlar düzenliyorlar. Üç gün üç gece süren bu bayramlarda pehlivanlar güreşir, insanlar koşar, atlar koşturulur, ok atılır ve top oynanılır” ifadesi Türklerin çok uzun yıllardır futbol ile iç içe olduklarını göstermektedir (Atalay, 2010:5). Hatta sadece bireylerin kendi arasında oynadıkları bir oyun şeklinde oynanmadığı spor kulüplerinin olduğu, spor şenliklerinde erkek ve kadınların cinsiyet ayrımı gözetmeksizin profesyonel anlamda müsabakalar ile oynandığı Çin kaynaklarında yerini almıştır.

İngiltere’den dünyaya yayılan modern futbol Türkiye’ye Osmanlı İmparatorluğun Batılılaşma hareketi ile girmiş cumhuriyetin kurulması ile gelişip, kurumlaşarak kitlelerin vazgeçilmezi haline gelmiştir. Günümüzde eğlence alanı olarak görülen futbol eski Türk Devletlerinin askeri devlet olması nedeniyle bedeni eğiten sportif

faaliyetler olarak görülmüştür. Batılılaşma hareketi ile takım sporları benimsenerek kulüpleşme faaliyetleri başlamıştır (Sert, 2000: 79-81). 19. yy'in yarısında Osmanlı İmparatorluğuna pamuk ve tütün ticareti ile uğraşmak için gelen İngilizler ticari limanlara sahip kentlere yerleşirken futbolu da yanlarında getirip yerleştirmişlerdir. Başta kendi aralarında oynadıkları oyunu Türklerle tanıştırmışlardır (Erdoğan, 2008:14). Toplumsal değişimler, ticari faaliyetlerle kurulan iletişim, Türk futbolunu etkilemiş, geliştirmiş ve kurumsallaşmaya doğru ilerleme göstermesini sağlamıştır.

1923 yılında Yusuf Ziya Öniş başkanlığında Futbol Heyet-i Müttahidesi adıyla kurulan ilk Türk Futbol Federasyon'u ile kurumsallaşmanın temelleri atılmıştır. 21 Mayıs 1923 tarihinde FIFA'ya başvurusu kabul edilen Türkiye 26. üyedir. İlk maçını 26 Ekim 1923 tarihinde İstanbul Taksim Stadı'nda Romanya ile yapmıştır. 1924 yılında yapılacak olan Paris Olimpiyatları'na hazırlanan takımın başına İskoçya'dan Billy Hunter getirilmiştir. Türk futbolcuları böylece çağdaş futbol ile tanışmıştır. Hunter sayesinde sistemli çalışmaya başlayan takım profesyonelleşme yolundaki gelişim göstermeye başlamıştır. 1924 yılında Sovyetler Birliği-Türkiye maçını Hamdi Emin Çap'a yönetmiş, futbol tarihine ilk kez milli maçta görev yapan hakem olarak geçmiştir. 1938 yılında Türk Spor Kurumu kaldırılmış, Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü ile futbol devlet yönetimine geçmiştir (<https://www.tff.org/>, Türkiye Futbol Federasyonu Kuruluyor, 15.07.20). Türkiye Futbol Federasyon'u kuruluş ve görevleri hakkında kanununun birinci maddesi şu şekildedir; “Bu kanunun amacı; her türlü futbol faaliyetlerini milli ve milletlerarası kurallara göre yürütmek, teşkilatlandırmak, geliştirmek ve Türkiye'yi futbol konusunda yurt içinde ve yurt dışında temsil etmek üzere, özel hukuk hükümlerine tabi, tüzel kişiliğe sahip, özerk Türkiye Futbol Federasyonunun kurulması, teşkilat, görev ve yetkilerine ait esas ve usulleri düzenlemektir.” Günümüzdeyse lig ve kupa maçlarından Türkiye Futbol Federasyonu sorumludur (<https://www.tff.org/>, TFF Kuruluş v Görevleri, E.T.: 15.07.2020).

Futbolun gelişmesi, futbol kulüplerinin kurulması ve dünyada yaygınlaşmasıyla futbol küreselleşmiştir. Ulusal ve uluslararası oynanacak olan maçlar için modern yapıda statlara ihtiyaç duyulmuş ve şehirlere stadyumlar yapılmıştır. Futbol artık geniş çapta bir oyun haline gelmiştir bu da futbol izleyicisi için önemli bir gelişme olmuştur. Futbolda yaşanan küreselleşme taraftarlık kavramı için de geçerlidir. Taraftar şiddeti tüm ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de yaygın olarak görülmektedir. Türkiye'deki

şiddet rakamları yüzde birin altındadır. Avrupa ülkelerine kıyasla oranın küçük olmasından Türk futbol taraftarların masum olduğu sonucunun çıkarılmaması gerekmektedir. Tribün olayları ilk olarak 23 Şubat 1934 tarihinde oynanan Fenerbahçe-Galatasaray derbisinde görülmüştür. 17 Eylül 1967 yılında Kayserispor'un, Sivasspor ile karşı karşıya geldiği maçta 43 kişinin hayatını kaybetmesi sonucu Türk futbol tarihine adını kara gün olarak yazdırmıştır. 24 Nisan 2016'da oynanan Trabzonspor ile Fenerbahçe Süper Lig maçında yaşanan tribün olayları maçın iptal edilmesine neden olmuştur (<https://www.aa.com.tr/>, Çakar, E.T.: 15.06.20).

Türk taraftarlar takımlarına sıkı sıkıya bağlıdırlar. Ultra aslan, çarşı, genç fenerbahçeliler, vira gibi isimler ile gruplaşmış olan taraftarlar, takımlarını desteklemek için bir araya gelip, örgütlenmektedir. Bazen temsil ettiği sembol üzerinden bazen de takımın renkleri üzerinden bağ kurmaktadır. Takımın rengi, o takımın tarihi, huyu, karakteri hakkında da bilgi vermektedir. Mesela Galatasaray Futbol Kulübünün kırmızı-sarı renkleri Kayserispor Futbol Kulübü ile aynıdır. Renkdeşlik, genellikle takımlar arası sempati kaynağıdır. Taraftar, renkdeş takımı uzak akrabası olarak da sayabilmektedir. Rekabet söz konusu olduğundaysa renklere, bölgeye, farklı etkenlere bağlı olarak kurulan kardeşlik ilişkisi kaybolmaktadır. İki aynı renge sahip takımın karşılaşması esnasında kıskançlık nedeni olabilmektedir. Renk sevdalıları, o renklerin sadece kendinde olmasını isteyebilmektedirler (Bora, 2006:128).

İnternet ağı sayesinde birbirlerine çok kolay ulaşabilen taraftarlar maç süresince statta, tüm zamanlarda sosyal platformlarda takımlarının yanında olmaktadır. Areda Survey araştırma şirketinin 81 ildeki 18 yaş üstü 7 bin 500 kişiye uyguladığı anket sonucuna göre en fazla taraftarı olan takım Galatasaray'dır. İkinci sırada Fenerbahçe, üçte Beşiktaş ve ardında Trabzonspor yer almaktadır. Galatasaray'ın Süper Lig'de 22 şampiyonluk almış olması, UEFA Kupası ve Süper Kupa kazanması taraftarın gönül bağı kurma nedenlerindedir (<https://www.areda.com/>, Taraftar Araştırması, E.T.: 01.07.20).

2.4. FUTBOLDA TARAFTARLIK ŞİDDETİ

Can Öz ve Harun Tekin, Anormal Şartlar Altında podcast serisinin sekizinci bölümünde fanatizm üzerine sohbet ederek taraftar ilişkisini irdelemişlerdir. Can Öz,

tribünde ana avrat küfreden kitlelerin yaptıkları eylemin fanatizm değil holiganizm olduğuna dikkat çekmektedir. Fanatizmin bir karşıtlık bulduğu zaman gerçekten beslenebilen bir kavram olduğunu ifade eden Öz, karşılıklı eylemlerle çoğaldığını vurgulamıştır. Taraftarların hiçbir iletişim kanalıyla birbirleriyle iletişime geçemedikleri takdirde fanatizmin var olamayacağı yorumu taraftar davranışları açısından önemlidir. Türk futbol taraftarlarının karşıtlık ilişkisine bakarsak Galatasaray ve Fenerbahçe futbol kulüpleri ligde ezeli rakip olarak kabul edilmektedir. Derbi maçları kıran kırana geçmektedir. Maç esnasına taraftarların tribündeki tezahüratları karşılıklı atışma halindedir. Bu iki takımın oluşturduğu söylemler Öz'ün yorumunu haklı çıkarmaktadır. Bir tarafın fanatizmine tepki olarak karşı tarafın fanatizmi gelişmekte ve yayılmaktadır. Türk futbol taraftarında fanatizmin sona ermesi için rakip takımı düşman olarak görmekten vazgeçmesi gerekmektedir. Nitekim Türk taraftarlar bunu başarabilecek yetiye sahip olduklarını milli takım maçlarında rakip olarak gördükleri takımın futbolcunu destekleyerek veya rakip takımın yabancı bir takım ile yaptığı maçta ülke takımı olduğu için o takımın yanında olarak göstermektedirler.

Şiddet kavramı genel olarak kaba kuvvet, fiziki güç, duygu veya davranışta aşırılık olarak kabul edilmektedir. Dünya Sağlık Örgütü ise şiddeti şu şekilde; “sahip olunan fiziksel güç ya da kudretin, tehdit yoluyla ya da doğrudan, kendine, bir başka insana, bir gruba ya da topluma karşı yaralanma, ölüm, psikolojik zarar, gelişme bozukluğu ile sonuçlanan ya da sonuçlanma olasılığı yüksek bir biçimde uygulanması” tanımlamıştır. Şiddet, toplumun kültürel yapısı, sosyolojik faktörleri, toplumdaki bireylerin ruhsal durumları hakkında kodlar taşımaktadır. Şiddet ve saldırgan davranışların ardında birçok psikolojik etken bulunmaktadır. Yıllardır insanların hayatında önemli bir konumda olan futbolun, şiddet ile bağı bir hayli güçlüdür. Erkek oyunu olarak algılanan futbolda, erkeklik güç olarak baş göstermektedir. Tribünler, kitlelerin içlerinde bulundukları şiddeti atmalarını sağlamaktadır. Şiddete eğilim gösteren kişilerde; kıskançlık, yoğun bir kaybetme korkusu, korku ve endişe, başkalarının duygularını bastırma veya kontrol etme isteği, isteklerinde bencil, olmadığında aşırı tepki gösterme, başkalarını suçlayarak sorunlardan kurtulma, yanlışlarını kabullenmeme gibi bazı ortak özellikleri vardır (Duyar, 2011: 9). Bu ortak özelliklere sahip kişiler bir araya gelerek tribünde bir kitle oluşturmaktadırlar.

Duygularını tetikleyecek bir durum söz konusu olduğunda açığa çıkmakta birtakım olumsuzluklar yaşanmaktadır.

Futbolda taraftar şiddeti fiziksel ve manevi olmak üzere iki biçimde olarak karşımıza çıkmaktadır. Maçlarda sık sık fiziksel şiddet gözlemlenmektedir. Taraftarlar maç bitiminde maç sonucunu bağlı olarak çatışmaya girmekte ve iki grup arasında fiziksel sürtüşmeler yaşanmaktadır. Bazen de fiziksel şiddet maç esnasında sahadaki futbolcular arasında görülmektedir. Sporcu ile hakem arasındaki tartışmalarda fiziksel saldırılarda sık sık yaşanmaktadır. Fiziksel şiddet cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve mesleki statü gibi değişkenlere göre farklılık gösterse de özünde güçlü olanın güçsüz olana karşı uyguladığı kötü hareketlerin bütünüdür (TBMM Raporu, 2013:116). Başka bir fiziksel güç uygulama çeşidi ise Vandalizm'dir. TDK Vandalizm akımını vandal olma yanlısı olarak tanımlamaktadır. Vandallık, bilerek isteyerek kişilere, kamu mallarına zarar sapkınlığıdır. Vandallar kırma, kesme, yakma vb. yollarla kamuya ait olan değer taşıyan mallara zarar veren kişilerdir (<https://www.turkcebilgi.com/>, Vandalizm, E.T.: 07.07.2020). Taraftar stadyumdaki koltuk, cam gibi kamu mallarına zarar vererek vandal davranışlar sergilemektedir. Konuk takımın aracına verilen zararlar da yine aynı şekilde taraftarın sapkın davranışına örnektir. 2004 yılında Bursaspor-Samsunspor karşılaşmasında Bursaspor taraftarları takımın ligden düşmesinin öfkesini koltukları ateşe vererek ve stat çıkışında da taşkınlık yaparak çıkarmışlardır. Savaş alanını dönen alanda 2 polis 3 sivil yaralanmıştır. Türk futbol geçmişinde bunun gibi birçok Vandalizm örneği bulunmaktadır (<https://www.fanatik.com.tr/>, Tarihe geçmiş şiddet olayları, E.T.: 08.07.20).

Manevi şiddetin, fiziksel şiddetten en büyük farkı dilsel olmasıdır. Fiziki şiddet bireylerin bedenine zarar verirken manevi şiddet ruhuna zarar vermektedir. Manevi şiddetin en belirgin olanı hakaret ve sövmedir. Hakaret ve sövme onur kırıcı sözler çatısı altında toplanmaktadır. Taraftarın karşı takımın taraftarına, futbolcusuna hatta hakemine tribünde en sık uyguladığı şiddet türüdür. Burada dikkat çekici olan nokta ise edilen bu küfürlerin 1) kadın bedeni ve kadınlığı, 2) LGBT'li bireyleri hedef alan söylemler olmasıdır. Yani erkek taraftarın onurunu kırmayı hedeflemek başka bir cinsiyet ve cinsel yönelimden geçmektedir. Bu çalışmanın amacı da bu şiddete dikkat çekmek, bahsi geçen şiddetin yeni uygulama alanı olan sosyal medyada nasıl işlediğini incelemektir. Tezin üçüncü bölümünde taraftarların yorumları birebir alınacağı için

burada küfürler örneklenmeyecektir. Diğer bir manevi şiddet; ayrımcılık ve ırkçılıktır. Ayrımcılık, kişilerin cinsiyetine, ırkına, dinine, etnik kökenine, siyasi görüşüne vb. etkenlere karşı sergilenen davranışlardır. Bireylerde bu etkenlerden birine ya da birkaçına bağlı olarak şekillenen ön yargıların karşı tarafa davranış olarak yansımalarıdır. İrkçılık, kişilerin toplumsal özelliklerini biyolojik, irksal özelliklere indirgeyen, bir ırkı diğer ırklardan üstün gören öğretisi olarak tanımlanmaktadır. Türk futbolunda pek görülmeyen ırkçılık Avrupa ülkelerinde sık görülmektedir. Süper Lig’de karşımıza çıkmayan ırkçılığı Şampiyonlar, UEFA, Avrupa, Dünya Şampiyonası Liglerinde Türk taraftarında uyguladığı görülmektedir.

Anadolu Ajansı’nın 21 Şubat 2020 tarihli Avrupa’da yükselen ırkçılık futbolu da zehirliyor başlıklı haberi dikkat çekicidir. Futbolculara karşı yapılan ırkçılığı, ülkeler örnekleri ile detaylandıran haberde 2019 yılında 150 futbol maçında ırkçılık içeren olaylar meydana geldiği, yaşanan olayların üç sene içerisinde iki katına çıktığı belirtilmiştir. Yaşanan olayların artması Avrupa futbolunun ırkçılık kavramı ile mücadele etmesi gerektiğini gözler önüne sermektedir (<https://www.aa.com.tr/>, Dinçer, 08.07.20). Çok yakın bir tarihte Gençlerbirliği futbol takımı resmî sitesinde bir açıklama yayımlamıştır. Futbolcusu Fabricio Baiano’ya sosyal medya üzerinden bir ırkçı saldırı yapıldığını duyurmuştur (<https://ajansspor.com/>, Gençlerbirliği’nden ırkçılık açıklaması, E.T.: 08.07.20). Şiddet olayları sadece taraftarlar arasında yaşanmamaktadır. 22 Haziran tarihinde Trabzonspor- Alanyaspor maçında protokol tribününde iki takımın yöneticileri arasında gerginlik yaşanmıştır. Jandarma Komutanlığı ekiplerinin müdahale ettiği olay göstermektedir ki şiddet sorunu futbolda güncelliğini korumaktadır (<https://ajansspor.com/>, maç sonu olay çıktı, E.T.: 08.07.20).

Taraftar şiddetinde medyanın payı yok sayılamayacak kadar büyüktür. Genelde taraftar gazetesinin diğer sayfalarına göz atmadan spor sayfasını incelemektedir. Takımların eşleştirildiği ve onunla anılmayı kabul gördüğü hayvanlar vardır. Galatasaray için aslan, Fenerbahçe için kanarya, Beşiktaş için kartal, Trabzonspor için karadeniz kaplanı, Bursaspor için timsah kullanılan eşleştirmelerden bazılarıdır. Haber başlıklarında bu hayvanlar üzerinden güç içeren başlıklar atılarak şiddeti normalleştirmektedir.

Spor medyasının taraftar üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla 800 kişilik spor kamuoyuna anket uygulanmıştır. Spor yazarlarının yazıları ile takım fanatizmine etkilerinin oranları %44 evet, %46 kısmen, %10 hayır; spor kamuoyunun ise %42 evet, %31,50 kısmen, %26,50 hayır şeklindedir. Ankara, İstanbul, İzmir ve Trabzon illerinde maç sırasında olaylara karışmış ve polis kayıtlarına geçmiş taraftarlara yapılan ankette %51,7'lik taraftar grubu maçtan önce medyada çıkan haberlerden etkilendiğini %33,3'lük kesimin kısmen etkilendiklerini sonucu elde edilmiştir. Anket sonuçlarına göre spor medyasının taraftar şiddeti üzerinde etkisi vardır (Mil& Şanlı, 2015:242).

AMK (Açık, Mert, Korkusuz), yayın hayatını 2012 yılından 2019 yılına kadar sürdürmüş olan taraftarın ilgiliyle takip ettiği bir spor gazetesidir. Sloganı açık, mert, korkusuz olan gazete taraftara her zaman küfürü hatırlatmıştır. Spordaki şiddet olaylarının son bulması için medyanın haber dilindeki şiddetin de sonlandırması gerekmektedir.

2.5. SPORDA ŞİDDETİNE YÖNELİK ALINAN ÖNLEMLER

2.5.1. Hukuki Önlemler

Sporda şiddetin engellenmesine yönelik alınan ilk önlem 28.04.2004 tarihli 5149 sayılı Spor Müsabakalarında Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun'dur. 31.03.2011 tarihinde 5149 sayılı kanunun yerine 6222 sayılı kanun kabul edilmiştir. 5149 sayılı kanunun kaldırılıp yerine yeni kanun düzenlemesinin getirilmesinin sebebi cezai maddelerin yeterli olmamasıdır. 6222 sayılı kanunun 5149 sayılı kanun ile benzer maddeleri vardır. Eski kanunda cezası olmayan kabahat olarak kabul edilen eylemler yeni kanun ile suç olarak alınmıştır. İdari para cezaları, hürriyeti bağlayıcı cezalar olarak güncellenmiştir (Ergin, 2019:1416). Kanunun 1. Maddesi; "Bu Kanunun amacı; müsabaka öncesinde, esnasında veya sonrasında spor alanları ile bunların çevresinde, taraftarların sürekli veya geçici olarak gruplar halinde buldukları yerlerde veya müsabakanın yapılacağı yere gidiş ve geliş güzergâhlarında şiddet ve düzensizliğin önlenmesidir" şeklindedir.

Kanunun 13.maddesi spor alanlarına yasak madde sokulması ve müsabaka düzeninin bozulmasına yöneliktir. Müsabaka esnasında düzenin bozulmasına sebebiyet

veren kişiler fiili olarak daha ağır ceza gerektirecek bir suç işlememişse adli para cezası almaktadır. 12. maddenin 1.fıkrasının (b) bendinde yer alan alet veya maddeler ile müsabaka düzenini bozduğu takdirde bir yıl ile üç yıl arasında hapis cezası ile cezalandırılmaktadır.

Hakaret içeren tezahüratlar konulu 14.maddesi; “Spor alanlarında veya çevresinde taraftarların grup halinde veya münferiden belirli bir kişiyi hedef veya muhatap alıp almadığına bakılmaksızın duyan veya gören kişiler tarafından hakaret olarak algılanacak tarzda aleni olarak söz ve davranışlarda bulunmaları halinde, fiilleri daha ağır cezayı gerektiren başka bir suç oluşturmadığı takdirde, şikâyet şartı aranmaksızın, failer hakkında on beş günden az olmamak üzere adli para cezasına hükümlenir” ibaresiyle sözlü şiddete karşı önlem almıştır. Maddenin 2.fıkrası din, dil, ırk, etnik köken, cinsiyet veya mezhep farkı gözeterek hakaret oluşturan söz ve davranışlarda bulunan kişinin, fiili daha ağır cezayı gerektiren başka bir suçu yoksa altı aydan iki yıla kadar hapis ile cezalandırılacağını içermektedir (<https://www.resmigazete.gov.tr/>, sporda şiddet ve düzensizliğin önlenmesine dair kanun, E.T.: 30.06.20).

Müsabakalarda güvenliğinin sağlanması Türkiye Futbol Federasyon’un yükümlüğüdür. Müsabakalarda yaşanan olayları Profesyonel Futbol Disiplin Kurulu toplantısında değerlendirmekte ve ceza kararı vermektedir. Yaşanan olaya göre hakeme, futbol takımına, futbolcusuna veya yöneticisine ceza verilmektedir. Tribünde yaşanan şiddet olaylarında taraftarın bağlı olduğu takım ceza almaktadır. Taraftarsız maç oynama cezası taraftar şiddeti kaynaklı verilen bir cezadır.

2.5.2. Sosyal Medyada Dayanışma Hareketi: ‘HeForShe’

Birleşmiş Milletler’in 20 Eylül 2014 yılı itibariyle başlattığı HeForShe dayanışma hareketi toplumsal cinsiyet eşitliğinin ilerlemesini amaçlamaktadır. Olumsuz kalıplaşmış yargıların ve davranışların değişmesini sağlamayı hedeflemektedir (<https://tr.wikipedia.org/>, HeForShe, 03.07.20).

Fenerbahçe Spor Kulübü, kapsayıcı spor kulübü olmak amacıyla HeforShe hareketine katılarak birlikte eşitiz sloganı ile spordaki cinsiyet eşitsizliğine karşı bir duruş sergilemiştir. Resmî sitesinde yayımladığı manifestosuyla; “Bu anlaşma ile bir

Spor Kulübü ilk kez HeForShe ile uzun soluklu bir iş birliği yaparak sporda toplumsal cinsiyet eşitliğini gerçekleştirme yolunda harekete geçiyor. Konuyu spor camiasının gündeminde tutacak pek çok çalışmayı da hayata geçirecek olan Fenerbahçe Spor Kulübü olarak Birleşmiş Milletler Kadın Birimi'nin 'Eşitliğe ancak kadınlar ve erkekler omuz omuza verdikleri zaman ulaşabiliriz' diyerek başlattığı 'HeforShe Hareketi'ni destekliyor; Daha iyi bir toplum, daha iyi bir gelecek ve aydınlık yarınlar için 'Birlikte Eşitiz!' diyor; Sarımızla Lacivertimizle Tüm Renkleri Kucaklıyoruz! Kadın, erkek binlerce sporcumuz, Kadın, erkek yüzlerce çalışmamız, Kadın, erkek yönetim kurulu üyelerimiz ve Kadın, erkek milyonlarca taraftarımız ile Öncü ve örnek olmak için HeForShe ile GÜÇLERİMİZİ BİRLEŞTİRİYORUZ. Bu yolda, tüm renkleri bize katılmaya, herkesi toplumsal cinsiyet eşitliğini savunmaya davet ediyoruz" hareketin yanında olduğunu duyurmuştur (<https://www.fenerbahce.org/>, HeForShe Manifestosu, E.T: 10.07.20).

Fenerbahçe Spor Kulübü'nün kapsayıcı spor kulübü olmayı hedefleyerek, kadın ve kız çocuklarına yönelik ayrımcılığı kabul etmemesi, cinsiyetçi tezahüratları önlemeyi ve sporcularının topluma örnek olmasını amaçlaması, spor alanındaki şiddetle mücadele etme yolunda kulüplere örnek teşkil etmesi açısından önemli bir adımdır. Sosyal medya hesaplarında yaptığı paylaşımlarla taraftarın dikkatini çekmektedir. Takımına gönül bağı olan taraftar paylaşımlara kayıtsız kalamayacak ve davranışlarını takımının davranışlarına benzetmeye çalışacaktır. Takımına duyduğu güven ve aidiyet duygusuyla kendini oluşumun içinde bulacak ve mutlaka yaşadığı taraftarlık şiddetini sorgulayacaktır. Fenerbahçe Spor Kulübü'nün diğer takımlara örnek olması, ligdeki tüm takımların HeForShe hareketi çatısı altında toplanması, taraftarın eril dil kullanımına yönelik devrim niteliği taşıyacak bir eylem olacaktır. Taraftar şiddetinin son bulması için alınana önlemler kadar futbol kulüplerinin tutumu da önemlidir.

2.6. SOSYAL MEDYADA TARAFTAR ŞİDDETİ

Yaşanan toplumsal değişimler her alanı etkilediği gibi futbolu da etkilemiştir. Teknolojik ilerlemenin bir getirisi olarak hegemonik erkekliğin açıkça görüldüğü yeni bir sosyal alan da dijital platformlardır. Tribünlerde tezahüratlarda açıkça görülen eril şiddet artık sosyal medyada karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya, taraftar için şiddeti özgürce yaşayabilecekleri bir alandır. Bunun en büyük nedeni sosyal medyadaki

denetimsizliktir. Son dönemlerde yapılan düzenlemelerle, tribündeki taraftar şiddetini bitirmeye yönelik alınan önlemlerle tribünde azalan şiddet dijitalle kaymıştır.

Yeni medyanın kullanıcılarına sunduğu özellikler sayesinde homofobik, transfobik, heteroseksist cinsiyetçi, yabancı düşmanı, ırkçı, etnik milliyetçi ve ayrımcı nefret söylemini çok kolay ifade edebilmekte, yayabilmekte, diğer kullanıcılar ile etkileşime geçebilmektedir (Binark, 2010:11). Dijital taraftar şiddeti yeni sosyallik biçimi olarak açıklanmaktadır. Klavye başındaki atışmalar, kavgalar kısa sürede sosyal medyanın özellikleri sayesinde geniş bir kitleye ulaşmaktadır. Klavye başında kullanılan söylemler ile tribünlerde yaşanan şiddet olayları sosyal medyayla daha çok kişiye hızlı bir şekilde ulaşmaktadır (Talimciler, 2015:108). Taraftarlar çevrimiçi ortamda grup oluşturabilmektedirler. Sosyal medyada, video üreten platformlarda içerik üretmek takımlarına dair paylaşımlar yapmaktadırlar. Bir ya da birkaç taraftarın bir araya gelip yönettiği bu hesaplarda kontrol tamamen bu kişilerin elindedir. Herkesin ulaşabileceği paylaşımların yapıldığı bu sayfalarda yönetici istediği paylaşımı yapabilmekte istediği yorumu silebilmekte ya da diğer kullanıcıların görmesine izin vermektedir (Akın, 2010: 208).

Türkiye’de sosyal medya kullanımı başlığı altında işlenen We Are Social araştırma verileri sosyal medyanın kullanıcı sayısının hızla arttığını göstermektedir. Bu hızlı artış birtakım sorunlar doğurabilmektedir. Bir kişinin bilgilerini yanlış girerek hesap açması çok kolaylığı bunlardan bir tanesidir. Kişilerin birden fazla hesabı da olabilmektedir. Kötü niyetli kişiler (özellikle eril dil kullananlar) bir paylaşımına farklı farklı hesaplarından girerek yorum yapabilmektedirler. Bu sorunlara karşı öncelikli olarak hukuki önlemlerin alınması şarttır. Ayrıca şirketlerin de önlem almaya dair adımlar atması gerekmektedir. Fake hesap denilen, kişilerin kimliğini gizli tuturuk açtıkları hesapların tespit edilmesi ve kapatılması gerekmektedir. Kendi kimliğinden şiddet uyguladığında ceza alacağını bilen taraftar mecburen kelimelerini seçerek yorum yapmak zorunda kalacaktır. Dilimizde çok uzun yıllar var olmuş sonra söylenmeye söylenmeye unutulmuş kelimeler gibi eril dili oluşturun kelimeler de sürekliliği önlemediğinde unutulacaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

FUTBOLDA TARAFTAR ŞİDDETİ ERİL DİL KULLANIMI: TÜRKİYE'DEKİ FUTBOL TAKIMLARININ KURUMSAL TWİTTER HESAPLARINA NETNOGRAFİK İNCELEME

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Çalışmanın çıkış noktası tribünde varlığını sürdüren şiddetin teknolojik gelişmeler ile sosyal platformlara taşınması ve bu mecalarda yeniden üretilmesidir. Eril şiddet çok uzun süredir statlarda taraftarlıkta varlığını sürdürürken dijitalde yaşamaya başlamıştır. Böylece stadyumda belli saat aralıklarında, belli kişi sayısı ile varlık gösterirken sosyal medya kullanımıyla zamansızlık ve sınırsızlık kazanmıştır. Bu çalışma, Twitter kullanıcıların taraftarlık şiddetinin yorumlara nasıl yansıdığını göstermek amacıyla çalışılmıştır.

Çalışma konusunun belirlendiği ve çalışıldığı dönemde MHP Kırıkkale Milletvekili Halil Öztürk covid virüsü ile ilgili yalan haberlerin yayılması ve sahte hesapların mağduriyet yarattığını sebep göstererek, sosyal medya kullanımında TC kimlik numarası şartı içeren kanun teklifi sunmuştur (<https://shiftdelete.net/>, sosyal medya için TC kimlik numarası şartı, E.T.: 15.07.20). Temmuz ayının başında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın yaptığı açıklamalarla sosyal medyanın kapatılacağı konusu gündeme gelmiştir. AK Parti Genel Başkan Yardımcısı Mahir Ünal yaptığı açıklamada sosyal medyanın yalan, iftira, hakaret, özel hayatın dokunulmazlığı, kişisel verilerinin ifşası alanı olmaması gerektiğini belirterek yasal çerçeve oluşturulması gerektiğini ifade etmiştir (<https://www.milliyet.com.tr/>, Ünal'dan sosyal medya açıklaması). Sosyal medya ile ilgili düzenlemelerin konuşulmaya başlandığı günlerde bu çalışmayla kullanıcıların sosyal platformlarda yaptığı yorumları kayıt altına alınarak aslında bu alana yönelik çalışmaların yapılmasının gerekliliği vurgulanmak istenmiştir.

3.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Sosyal medya, kullanımı bir önceki yıla göre sürekli artış gösteren grafiğe sahip olan bir mecradır. Kullanımının fazla olmasının yanında bilinçsiz kullanımı, bazı sorunlar doğurmaktadır. Bu çalışma sosyal medya kullanımındaki denetimsizliğin kullanıcılara nasıl sanal cesaret alanı sunduğunun gösterilmesi, sosyal medya kullanımının ifade özgürlüğü sunmasının yanında kişisel haklara saldırı alanı olarak görüldüğünü örnek teşkil etmesi açısından önemlidir. Sosyal medyada taraftar şiddeti üzerine Ezgi Akbaş'ın 2012 yılında hazırlamış olduğu Türkiye'de Sosyal Medyada Futbol Taraftarların Erkeklik Söylemleri adlı tezde üç büyük takımın Facebook sayfaları incelenmiştir. Akbaş'ın tezi, döneminin en fazla tercih edilen sosyal mecraı incelemesi yönünden alandaki çalışmalara katkı sağlamıştır. Fakat günümüzde kullanıcılar artık Twitter'ı tercih etmektedir. Bu çalışma güncel farklı bir platformu inceleyerek, oradaki verileri açığa çıkararak alana farklı yeni bir örnek sunmuştur. Gün geçtikçe sosyal medya alanındaki çalışmalar artmaktadır bu çalışma daha önce üzerine çok fazla çalışılmamış bir konu olmaması sebebiyle alana yeni bir katkı sağlamıştır.

3.3. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evreni paylaşımlara yorum yaparak etkileşime girmiş ve araştırma yönteminde belirlenmiş olan başlıklara uygun yorum yapmış Twitter kullanıcılarıdır, örneklem olarak ligde birden çok şampiyon olan Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş ve Trabzonspor takımları seçilmiştir. Galibiyet sayılarının fazla olması kendi aralarında rekabet duygusunu yüksek düzeyde yaşamalarına sebep olmaktadır. Bunun yanında en fazla taraftara sahip olan bu takımların sosyal medyada takipçi sayısı yüksektir. Bu etkenler doğrultusunda Galatasaray (9.6M), Fenerbahçe (7.8M), Beşiktaş (4.4M) ve Trabzonspor (1.7M) takımları seçilmiştir.

Günümüzde Twitter kullanıcıların en çok tercih ettiği uygulamalardan birisidir ve bu mecra da kullanıcıların paylaşımlara yorum yaparak dâhil olması çok hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Daha önce alandaki bir çalışmada Facebook incelendiği için farklı bir örneklem oluşturma açısından Twitter seçilmiştir. Araştırmada takımlara eşitlik sağlamak adına her takımın resmi hesabından maç sonucu paylaşımı inceleme alanı seçilmiştir.

3.4. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLILIKLARI

Araştırmada her takımın kendi resmi hesabında paylaştığı maç sonucu postuna yapılan yorumlar incelenmiştir. Çalışmada dört takımın birbirleriyle yaptıkları karşılaşmalar incelenmek istenmiş fakat Twitter’ın belli paylaşım sayısına göre geçmiş verileri silmesi nedeniyle araştırmaya süre sınırlaması koyulmuştur. 2019-2020 Süper Lig Cemil Usta Sezonu karşılaşmaları, dünyada yaşanan Covid-19 salgını nedeniyle ertelenmek zorunda kalınmış haziran ayı itibariyle maçlar yeniden başlamıştır. Çalışmada pandemi süresinde alınan karantina önlemleri sonrası dört takımın ligdeki karşılaşmaları inceleme alanı olarak belirlenmiştir.

Çalışmada postlara yapılan yorumlar kelime süzgecinden geçirilmiş bunlardan yöntemdeki kategorilere uygun olan yorumlar değerlendirmeye alınmıştır. İncelenen maçlar ve sonuçları aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 3.1. Galatasaray Maçları

Hafta	Tarih	Maç	Sonucu
27	14.06.2020	Çaykur Rizespor A.Ş. - Galatasaray A.Ş.	2-0
28	21.06.2020	Galatasaray A.Ş. - Gaziantep Futbol Kulübü A.Ş.	3-3
29	28.06.2020	Medipol Başakşehir – Galatasaray A.Ş.	1-1
30	05.07.2020	Galatasaray A.Ş - Trabzonspor A.Ş.	1-3
31	08.07.2020	Aytemiz Alanyaspor – Galatasaray A.Ş.	4-1
32	12.07.2020	MKE Ankaragücü – Galatasaray A.Ş.	1-0
33	18.07.2020	Galatasaray A.Ş. – Göztepe A.Ş.	3-1
34	24.07.2020	Fraport-Tav Antalyaspor – Galatasaray A.Ş.	2-2

Tablo 3.2. Fenerbahçe Maçları

Hafta	Tarih	Maç	Sonucu
27	12.06.2020	Fenerbahçe A.Ş.- Hes Kablo Kayserispor	2-1
28	21.06.2020	Kasımpaşa A.Ş. - Fenerbahçe	2-0
29	27.06.2020	Fenerbahçe A.Ş. - BTC Türk Yeni Malatyaspor	3-2
30	04.07.2020	Fenerbahçe A.Ş. - Göztepe A.Ş.	2-1
31	07.07.2020	Gençlerbirliği- Fenerbahçe A.Ş.	1-1
32	12.07.2020	Fenerbahçe A.Ş. - Demir Grup Sivasspor	1-2
33	19.07.2020	Beşiktaş A.Ş. - Fenerbahçe A.Ş.	2-0
34	25.07.2020	Fenerbahçe A.Ş. – Çaykur Rizespor A.Ş.	3-1

Tablo 3.3. Beşiktaş Maçları

Hafta	Tarih	Maç	Sonucu
27	13.06.2020	Beşiktaş A.Ş. - Fraport-Tav Antalyaspor	1-2
28	20.06.2020	Yukatel Denizlispor - Beşiktaş A.Ş.	1-5
29	26.06.2020	Beşiktaş. A.Ş.- İttifak Holding Konyaspor	3-0
30	06.07.2020	Hes Kablo Kayserispor - Beşiktaş A.Ş.	3-1
31	09.07.2020	Beşiktaş A.Ş. - Kasımpaşa A.Ş.	3-2
32	13.07.2020	BTC Türk Yeni Malatyaspor – Beşiktaş A.Ş.	0-1
33	19.07.2020	Beşiktaş A.Ş. – Fenerbahçe A.Ş.	2-0
34	25.07.2020	Gençlerbirliği – Beşiktaş A.Ş.	0-3

Tablo 3.4. Trabzonspor Maçları

Hafta	Tarih	Maç	Sonucu
27	12.06.2020	Göztepe A.Ş. - Trabzonspor A.Ş.	1-3
28	22.06.2020	Aytemiz Alanyaspor - Trabzonspor A.Ş.	2-2
29	27.06.2020	Trabzonspor A.Ş. - MKE Ankaragücü	1-1
30	05.07.2020	Galatasaray A.Ş. - Trabzonspor A.Ş.	1-3
31	08.07.2020	Trabzonspor A.Ş. - Fraport- Tav Antalyaspor	2-2
32	13.07.2020	Yukatel Denizlispor - Trabzonspor A.Ş.	2-1
33	19.07.2020	Trabzonspor A.Ş. - İttifak Holding Konyaspor	3-4
34	25.07.2020	Hes Kablo Kayserispor – Trabzonspor A.Ş.	1-2

3.5. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.5.1. Nitel Araştırma Yöntemi Netnografi

Netnografi yöntemini, 2500 yıllık kadim bir araştırma yöntemi olan etnografi yöntemine dayanan bir yöntemdir. Etnografi; toplumu, kültürün içinde yer edinmiş olan bağlamları inceleyerek, anlamlandırmaya çalışan bir araştırma metodudur. Robert Kozinest, etnografi yöntemini dijital ortama uyarlayarak netnografi yöntemini araştırma dünyasına kazandırmıştır. Kozinest, netnografi yöntemiyle, Herodot'un kullandığı etnografi yöntemini yeni iletişim teknolojilerinin aracı olduğu dünyaya uyarladığını söylemektedir. Dijitalleşme sürekli yenilik kazanmaktadır ve böylece yenedünya mecralarında toplumu izleme ihtiyacı önemli hale gelmiştir. Araştırmacıların ilgisini çeken yöntem, Hollanda, Birleşik Krallıklar, Fransa, Norveç, Almanya, Türkiye, Brezilya'daki akademik çalışmalarda kullanılmaya başlanmış ve yaygınlaşmıştır (Varnalı, 2013:9).

Varnalı 'ya göre; çevrimiçi etkileşim verileri etnografyaya hazırlanmış bir not defteridir. Netnografi, bu defteri okur, hızlı bir şekilde topluluk kültürünü kavrar, bu sayede topluktaki iletişime yön veren baskın kişilerin kimliğini çözümlayebilmektedir

(2012:28). Çalışma alanı internet olan netnografi, araştırmacılara daha kısa sürede daha çok veriye ulaşma imkânı sunmuştur (Nalcıoğlu & Baki, 2020:197).

Netnografi yöntemiyle;

1. İnternet üzerinde varlıklarını sürdüren gruplar tanımlanabilir,
2. Demografik yapıları ve varsa hiyerarşik düzenleri ile yapıları ortaya konabilir,
3. Bu grupların kültürel örüntüleri ortaya konabilir,
4. Ürettikleri dil, sembol ve ortak anlamlar çözümlenebilir,
5. Bu grupların belirlenmiş olan konular, ürünler vb. hakkında görüşleri tespit edilebilir,
6. Bu grupların geleceğe yönelik davranış ve tutumlarına yönelik öngörüler ortaya konabilir (Aksu, 2018:15).

Netnografi yöntemi uygulanırken takip edilmesi gereken beş aşama vardır. Bunlar;

1. Giriş ve Araştırmanın Planlanması
2. Veri Toplama Aşaması
3. Analiz ve Yorumlama
4. Araştırma Etiğinin Sağlanması
5. Üye Kontrolleri (Varnalı 2013: 31-35).

Netnografi çevrimiçi toplulukların etkileşimlerinin izini sürerek o topluluk hakkında bilgi toplamaktadır. Çalışma taraftar şiddetinin Twitter yorumlarında nasıl görüldüğünü ortaya koymaya yönelik olduğu için en uygun araştırma yöntemi olarak netnografi seçilmiştir. Bu çalışmada araştırma yöntemine yön verecek anahtar içerikler belirlenmiş, taraftar şiddetinin temelini oluşturan bu beş kategoriye içeren yorumlar alınarak incelenmiştir.

- Argo, küfür içeren yorumlar
- Kadınlık olgusunu ve kadın bedenini hedef alan yorumlar
- LGBT’li bireyleri hedef alan yorumlar
- Milliyetçilik ve ırkçılık söylemleri içeren yorumlar
- Hegemonik erkeklik içeren yorumlar

3.6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Galatasaray Spor Kulübü

- EVET K*ŞAR KEMAL UĞURLU MUTLU MUSUN?
- O hakem bırdaha bizim maça gelirse onun uğurunu s*kkkeriz!!!
- GEREKİRSE O HAKEMİ ORADAN ÇIKARTMAYIN
- Erkekliğe sığmaz Kırık kalp
- Yazık size am*nak*yyim
- Tipe gel a*
- AĞLAMA Y*VŞAAKKK
- Reziller, hakeme rağmen yenemediniz... Covid sürecindeki duruşsuzluğunuzun, dansözlüğünüzün bedeli ağır oldu...
- O,* hakem
- Hakemi siiiii
- - ALLAH ALLAH VAR ALLAH Fransız t*humları
- O HAKEME DÜNYAYI DAR ETMEZSENİZ YAZIKLAR OLSUN SİZE
- Hayy a*kkk
- Takımdaki müslüman oyuncuların tamamını gönderin
- Helal olsun hepinize süper oynadınız inşallah hamsileri yeneriz gerisi yine gelir
- K*YDUK 15 ORAN Yeşil kalpYeşil kalpYeşil kalp
- Babanız Trabzonspor
- Hocam şunları tokat manyağı yap özellikle arapları !!
- FEGHOULİ ARABİSTAN A GERİ DÖN KEL
- Z*vke geldim
- Takımda Arap futbolcu istemiyoruz
- S*ktuğumun senesinde hiç mi güzel bişey olmaz.
- Babanız Trabzon Kırmızı kalpMavi kalp
- Fatih terimin kocası erol bulut
- aynı sezonda Galatasaray'a 2 kez koyan Erol Bulut yoklaması
- sizin oynayacağınız oyuna s*ham
- İSTİFAAA EDİNNN ruhusuz futbolcular s*ktirn gidin
- Sizin oynayacağınız topun *mk ben..

- Erol'cuğum tamam karın olacak ama böylede kaldırmazsın be
- Şakasınız *mk. Şurda küfür etmekten nefret ediyorum ama gerçekten şakasınız *mk.. bu sezonu kapattım abi ben bitmiştir benim için bu sezon.
- Erol hocam gezdirip gezdirip çakıyor çok büyük adammış
- allah belanızı versin or*spu çocukları
- Ahahahahhaahaaha Benim adım Erol, Koydum sana Kaybol.
- Alanyada tecevüz var beyoğlu y*smalarına atlıyolar Sevinç gözyaşı dökken yüz Sevinç gözyaşı dökken yüz Sevinç gözyaşı dökken yüz
- bravo *minak*yim. ihtisamli bi görüntü.
- Galatasaray'ın şeref golü; Erol Bulut'un g***e girsin. Ağzında sembollerle kızgın yüz Ağzında sembollerle kızgın yüz Ağzında sembollerle kızgın yüz
- torrentten fm20 indirip sikiyorum ananızı bekleyin
- ANANİS*KM BELHANDA
- Formayı çıkarın çıplak oynayın...
- Formayı çıkarın çıplak oynayın!!!
- yapacağınız işi s*keyim
- MAÇ *MINA K*YİM
KAZAN *MINA K*YİM
8 MAÇ *MINA K*YİM
GALİBİYET *MINA K*YİM
- Kanunî dönemi Osmanlı'sı gibi takımı 5 ayda 2. Dünya Savaşı sonrası Almanya'sına çevirdiniz or*spuçocukları.
- Tık tık tık kim o öcü Ananın a.a.g
- bitirmezseniz *mk,vazgeçenin de *mk
- ÇOK SEVİYORUM LANNN
- Ya dayı valla b*ku çıktı. Samimi söylüyorum oynayacağınız topu s*keyim
- Getirin ordan bir Bülent Yıldırım Fatih Terim şov yapacak
- En son böyle olduğunda Fatih hoca gitmişti.. BİR DAHA ÖYLE BİR ŞEY OLURSA O RİZEYİ s*KERİZ..
- *MK*DUMUN HAYATINDA BİZİM HİÇ YÜZÜMÜZ GÜLMEYECEK Mİ
LAN
- Cincon a k*ydular

- Alma mazlumun ahını çıkar aheste aheste Yada dün yediğin hurmalar bugün kışını tırmalar
- Beter olun onun bunun çocukları
- Beter olun fetonun artıkları
- Sizin *mk ım 8 haftadır kazanamıyorsunuz Galatasarayın formasını atasan sahaya 1 galibiyet alır ya yönetimde fatih terim de futbolcularda s gitsin bi zahmet
- Sizin inandığınız dini s*keyim
- Ohhh bu sıcakta billurlarım serinledi
- Covid-1905 *mk
- S*kerim 3. Lüğü 4. Olamayacağız *mk
- ananı s*keyim anaaanı
- Şükür *mk
- P*çi BETER OLDU
- şükür a* kızlık bozuldu
- maç kazandık a*
- Çalıştığım için izleyemiyorum diye sövmem diyordum ama yine son dakikada yemeyi nasıl başardınız *mk*dumun evlatları
- Bir kere de güldür be *mk

Fenerbahçe Spor Kulübü

- Gustavo d*şşığına kurban
- Heykelini diksek t*ssaklarına beton yetmez be GUSTAVO Roket
- Gustavoyu satanı satarız
- ACILARLA YÜREĞİMİZİ KANATTIN
TRİBÜNDE AN*MIZI AĞLATTIN
TANRI HESAP SORSUN BİZİM İÇİN SANA
BİZİ YAKTIN, YIKTIN, S☆KTİN KANARYA!
- K*ymayan kaldı mı
- Başkan hayallerindeki Fener bizim hayallerimiz s*kti bilgin olsun
- Babalar gününde an*mızı ağlattınız bravo
- Hepsi geldi yine bir fener gelmedi *mınak*ydum takımı

- PUH OR*SPU Ç*CUKLARI
- Kansersin *mk.
- Emeği geçen herkesin *mk
- suuuus soru sormaaaaaa or*spu çocuđuu i*ne kanaryaaaa
- koskoca takımın anasını s*ktiniz □□□□
- İflahımızı s*kiyim
- Dünya Fenerbahçeliler Günü'nde bile tarih yazdınız orr*spu çocukları
- fark yemedik laSevinç gözyaşı döken yüzSevinç gözyaşı döken yüzSevinç gözyaşı döken yüz
- TARİHİN EN KÖTÜ BEŞİKTAŞI EZE EZE RAHAT Bİ GALİBİYET ALDIK ABARTMAYA GEREK YOK ÖLÜMÜZ İLE S*KERİZ DERKEN DALGA GEÇİYORDUNUZ OOOOYYYYYNAAAAAAA DEVAMKEEEE
- Sizin yapacağınız isin *mk ben
- Ananızı s*keyim yeter yeter
- ULAN *MINA K*YAYIM GİTME DEDİĞİMİZ GİDİYOR GİT DEDİĞİMİZ GİTMİYOR ALİ KOÇ ŞU TAKIMIN BAŞINDAN S*KTİR OL GİT #AliKocİstifa
- Oynayacağınız oyunu da topu da s*keyim
- Ben sizin *mk namusuzlar
- Sokak or*spusu olduk, gelen giden k*yuyor....
- Ananızı s*kim

Beşiktaş Jimnastik Kulübü

- Kalede ersin forvette güven ile başlarsan ikinci yarıda ilk maç hariç maç kaybetmeyen Antalya eline verir böyle
- insan paylaşmaya utanir *mkkk
- Oynadığınız topun ...
- İki ay boyunca ne b*k yemiş bunlar!
- Antalya: s*kmeden bırakmam
- Ya Beşiktaş JK 3 aydır mutlu ve huzurluyduk yine geldin s*ktin bizi a*
- ne çaktık bee

- haftaya Konyaya k*ymamız dılegimle Havaı fisek gosterımız baslayabılır asğodgkjasdg
- Besiktaşlıyım ama Denizlisporu geçmekte ne var kof topluluğu
- Tecavüz etmek bir tek sana yakışıyor
- 6 yıl bekleyipte kaçırdığım maça bak. *mk çinlisi senin ananı s*kiyim ben
- ananın 6222 geçer bjk..
- BJK=SEX MACHİNE
- Senin taa A.*. ANTALYA
- BU NE KARTAL KARDEŞİM S*KEN S*KENE
- LUNG İBN*SI SANA BURDA SAYFALARCA SÖVERDİM DE TAKATİM YOK
- Oynamayın kapayın sezonu aqq
- Gençliğimin katilisin *mk
- Şu *mına k*dumun dünyasında bari sen güldür yüzümüzü a* ya
- Kendimizi bile bıraktık seni bırakmadık *mk
- Kanser ettin ulan kanser
- ÖMRÜMDEN GİDEN ÖMRÜ GERİ VER BANA BEŞİKTAŞ HAYATIMI S*KTİN
- Şaka maka biz burdan nasıl çıktık *mk
- K*yarlar adama k*yarlar Beyaz kalpKartalKara kalpSus işareti yapan yüzSus işareti yapan yüzSus işareti yapan yüz
- Fenerliler gününde fenere k*ymak mı? Gerçekten kral hareket
- 19.07 dünya fenerlilerine k*yma günü
- Dünya fenerliler gününde fenere k*ymayacaaaa
- Kimse yokken, sessiz sedasız k*yalım dedik
- BUGÜNÜ UNUTMAYIN FBLİLERRRR NASIL S*KLDİĞİNİ UNUTMAYINNNN
- Fenerbahçenin*mminak*yduk. DÜNYA BOSCHBAHÇELER GÜNÜNÜZ KUTLU OLSUN.
- fenerbahçeliler gününüz kutlu olsunnnnnn maydanoz sapları
- FENERE K*YMANIN KEYFİ BAMBAŞKAAAA
- Söz uçar yazı kalır Kartal k*yar izi kalır :)

- AVAZIMIZ ÇIKTIĞI KADAR BAĞIRIYORUZ FENERBAHÇE ANANIN
*MI bu arada dünya fenerbahçeliler gününüz kutlu olsun #FAA
- K*YYYDUKKK MUUUU

Trabzonspor Kulübü

- T*şşaaağımı yeriiiiimmm
- K*yduk mu
- Babanız geri geldi #Trabzonspor
- Or*spu uşağı hakeme rağmen k*yduk geçtik, durmadan devam kaplanlar
- Bekleyin bekleyin hepinizi k*yacaz üst üste Göz kırpan surat teşekkürler hayatımın anlamı
- Hepinizi üst üste koya k*yaaaaaa
- Herkese inat, tüm or*spu çocuklarının gözüne soka soka BİZ ŞAMPİYON OLACAĞIZ. İnanmayan ses etmesin. Herşeyi bir kenara bırakın tüm kininizi 6 hafta içinde tutun ondan sonra konuşursunuz. Şu 6 hafta her zamankinden daha çok destek... 8 geliyor....
- işte böyle a*ına k*oyim
- Senin düşmanlarının anasını s*keyim bu saatten sonra her yerde vuracağız vuruşacağız
- Erol bulut denen şerefsizin akrabalık bağı Trabzonla var ise ve o aile hala bu şerefsizi ailesinden kabul ediyorsa yazıklar olsun.bu şerefsiz bırak Trabzon topraklarına Trabzonsporluya ait hic bir mekana ayak bastırılmamalıdır. Futbol oyna,yen yenil ama ibn*lik yapma!şerefsiz erol
- Başkanım helal olsun. Şerefsizlere haddini bildirdiniz. Tabiki biz şampiyon olacağız. O karbonat erol! Onun yedi sülalesinin *mk.
- Nasıl k*ydu erol
- Arkadaş şampiyon olup ne yapacaksınız anlamadım. Avrupa deseniz ceza yediniz gidemeyeceksiniz. Hadi ceza kalktı diyelim şampiyonlar ligine gittiniz. Ulen Avrupa ligi takımları bile hem dışarda hem içerde tecavüz etti sizi şampiyonlar liginde düşünmeyi istemiyorum bile Dalgın suratDüşünen yüz
- Rahmetli Dozer Cemil'in kemikleri sızlıyordur..O büyük şahsiyetin adına büyük hakarettir bu kirli sezon!!Göksel Gümüşdağ sezonu desen daha yerinde

olurdu..İstanbul un tüp bebekleri komple birleşti bu şehre karşıYumruk yapılmış elYumruk yapılmış elTopununda topunun da amkYumruk yapılmış elYumruk yapılmış elYumruk yapılmış elMavi kalpKırmızı kalpMavi kalpKırmızı kalpTürkiye BayrağıTürkiye BayrağıTürkiye Bayrağı

- Kocanız Galatasaray sizi s..mek için sabırsızlanıyor!
- KAÇ SAATTİR TEK KELİME ARGO KULLANMIYORUM AMA O ALANYANIN ANASINI S*KMEK FARZ OLDU, HADİ HAYIRLI GECELER GÜZEL ŞEHRİM.
- TEŞEKKÜRLER HAYATIMIZI S*KTİNİZ
- gençliğimi s*ktin, canın sağ olsun
- nolur gozume gozukme cik git hayatimdan s*ctin agzimiza
- Bilader siz kuşatmayın *mk beceremiyorsunuz
- Gençliğimin anasını s*ktin. Allah hepinizin belasını versin. Emeği geçen herkesin am*na k*yayım. Benim için bitmiştir. Bir daha maç falan bakmam. Ağlamayan insanı bile ağlattınız. Siz milyon dolarlar alırken biz burda ağlıyoruz. Tabii sizin s*kinizde bile değil. Teşekkürler
- hayatımızı s*ktin
- Corona kim senin yanında gençliğimizin ANASINI S*KTİNN!!!
- Jöle Volkan TIK TIK TIK - + KİM O? - ÖCÜÜÜÜÜÜÜ + NASIL K*YDU ANKARAGÜCÜÜÜÜÜ
- Sekizci kuşatma he *mk he Sevinç gözyaşı döken yüzSevinç gözyaşı döken yüzSevinç gözyaşı döken yüzSevinç gözyaşı döken yüz
- Topluca ananızın am*na k*yayım
- Çok güzel şamarlardı Sevinç gözyaşı döken yüzSevinç gözyaşı döken yüz
- Cimbom zamanında alayınıza çok k*ymuş demek ki g*t laleleri .d
- Gel de A. Gücü Maçına Bir Kere Daha Yanma *mk Tek kaşını kaldırmış yüz
- H. Türkmen, a. Ömür salakları ve son olarak çimşir saşağı s*ktirip gidin,
- Ananı s*kiyim gs
- Bu şey değil mi gaysarayın kocası. Sevinç gözyaşı döken yüz
- ne de güzel oluyor cinconuma k*yması
- Biz İstanbul S*kerrriz
- Parmak harici bugün sahada oyuncu yoktu bravo başardınız hayatımızı s*ktiniz

- Y.rrakta kafa var, sizde yok...
- Yazmak istediğim şeyler var ama yazamıyorum işte bu durum beni s*kiyor
- Bu yıl kime koyduklarımız hepsi bir araya toplanmış
- GÜLE GÜLE HAMSİCİĞİM
- KENDİNE İYİ BAK HA
GEÇERSEN BİZİM ORADAN
YÜZGECİNİ BİR SALLA □□□□
- Nerdesin lan colman'ın don lastiği Sevinç gözyaşı döken yüzSevinç gözyaşı
döken yüzSevinç gözyaşı döken yüzSevinç gözyaşı döken yüzSevinç gözyaşı
döken yüz
- bu sene türkiye'de YA*AK şampiyon Sakin surat
- AM*Nİ DİNİNİ S*KTİĞİMİN TAKIMI HER MAÇ GOL YER Mİ YA HER
MAÖ GOL YER Mİ
- Emeği geçen herkesin am*na k*yim
- Seneye 9.kuşatmada görüşmek üzere onun bunun çocukları :D
- Hayatımızı s*ktiniz, akıl sağlığımızı bozdunuz
- Yedi ceddinizi s*keyim
- senin kadar duygularımı s*ken gelmedi bu dünyaya
- İ*NE TRABZON OLAMAZSIN ŞAMPİYONNNNN
- Hepiniz or*spucogunuz
- OR*SPU ÇOCUKLARI. RUHSUZ P*ÇLER. HEPİNİZİN AM*NA
K*YAYIM BEN
- Sizin ben am*nza g*yum
- Topunuzun am*na k*yayım Alkışlama işareti
- SİKİŞİNCİ KUŞATMA
- Yazma am*na k*yim yazma
- Siz bu ligin en yavaşak takımısınız
- Trabzonspor senin kadar şerefsiz k*hpe takım yoktur...
- Hüseyin Türkmen S*ktir Git
- Ağır or*spu çocuğusunuz.
- iyiki şampiyon olmadınız *mk ibn*leri herkese yatın kayseriye gelince top
oynayın

- Allah belanızı versin şampiyonluk gidene kadar herkese yattınız kayseriye aslan kesildiniz *mk çocukları. Bırakıcam bu takımı anasını s*keyim sağlığımdan olucam yoksa.
- bu sezon sampiyon olcaz derken ebemizin *mi olduk galiba

Örnekler, taraftarın sevincini de üzüntüsünü de hegemonik erkeklik üzerinden yaşadığını ortaya koymaktadır. Çalışmada taraftarın demografik özellikleri yöntem etiği gereği ortaya çıkarılmamıştır fakat yorum yapan kullanıcıların cinsiyeti sadece erkek değildir. Kadın kullanıcılarda tıpkı erkek kullanıcılar gibi küfür içeren yorumlar yapmışlardır. Taraftar genellikle kazanılan maçlara k*yduk mu, s*ktuk mu gibi eylem içeren küfürlü yorumlar yaparken, kaybedilen maçlarda takımı, futbolcuyu bazen de hakemi hedef alan yorumlar yazmıştır. İ*ne kelimesiyle birlikte takımın, futbolcunun ya da hakemin adı verilerek yapılan bu yorumlar LGBT’li bireyleri hedef alarak yorum yapılan kişiyi cinsel yönelim üzerinden ötekileştirerek, aşağılık bir konumda olduğunu vurgulanmaya çalışılmaktadır. Küfür genel olarak erkekliği yücelten, kadın bedenini hedef alan sözcük kalıplarıdır. Yine kazanmak ya da kaybetme fark etmeksizin ananı s*keyim, am*na k*yayım gibi yorumlar ile kadın bedeni üzerinden karşı tarafa hakaret edilmektedir. Taraftarın güç belirttiği taraf her zaman erkek ve erkekliktir, öteki konumuyla hakaret edilen taraf kadınlar ve homoseksüel erkeklerdir.

Hesapları takip eden kişi sayısı, postlara yorum yapan kişi sayısı eşit olmadığı için en çok şu takımın taraftarı eril dil kullanıyor demek rasyonel bir yorum olmayacaktır. Lakin dört takımın da tüm postlarına eril dil ile yapılan yorum sayısı birden fazladır. Posttaki bazı yorumlar farklı takımın taraftarına ait de olabilmektedir. Trabzonspor Kulübü’nün paylaşımına “GÜLE GÜLE HAMSİCİĞİM KENDİNE İYİ BAK HA GEÇERSEN BİZİM ORADAN YÜZGECİNİ BİR SALLA” yapılan yorum örneğinde olduğu gibi. Kendi takımının galibiyetini karşı takımla alay ederek kutlayan taraftar o takımın şehrine özgü balığa gönderme yaparak kutlamıştır.

Can Öz, ikinci bölümde bahsi geçen Anormal Şartlar Altında podcast kaynağında, taraftarların hiçbir iletişim kanalıyla birbirleri ile iletişime geçemedikleri takdirde fanatizmin var olamayacağını belirtmişti. Yaşadığımız dijital çağ bunun mümkün olamayacağını göstermektedir. Taraftarın iletişim kurması oyun ve sonuçları hakkında sosyal mecralar kanalıyla tartışması normaldir. Örnekteki yorumlar incelendiğinde

tarafının fikir paylaşmak, oyun üzerine konuşmaktan çok öfkesini dile getirmek amacıyla yorum yaptığı görülmektedir. Futbol takımları, taraftarları için sosyal medya okuryazarlığı konulu paylaşımlar yaparak onları dijital kanallarda taraftarın nasıl olması gerektiği konusunda bilinçlendirebilirler. Fenerbahçe Spor Kulübü, HeforShe hareketinin bir parçası olarak sosyal medya hesaplarından paylaşımlar yapmaktadır. Remi olarak 7,8 Mn takipçisi olan hesabın incelenen sekiz paylaşımından 52 adet eril dil içeren yorumun çıkması hareketin Fenerbahçe taraftarına ulaştığını düşündürmektedir.

Örnekler bire bir aynı alındığı için dil bilgisi düzeltmeleri yapılmamıştır sadece küfür içeren kelimeler * simgesiyle kısıtlanmıştır. Yazım hatalarından, eril dil içeren yorum yapan taraftarların klavyede yazım kurallarına dikkat etmeyen bireyler olduğu görülmektedir. Taraftarlara anket çalışması yapılmadığı için eğitim seviyeleri hakkında kesin bir bilgi bulunmamaktadır fakat örneklerdeki yazım hatalarına ve yorumlara bakıldığında eril dil kullanan bireyler ile eğitim seviyesi arasında doğrudan ilişki olma ihtimali yüksektir.

Connell, Toplumsal Cinsiyet ve İktidar adlı eserinde vurguladığı gibi hegemonik erkeklik bir erkeklik mücadelesi olarak varlığını sürdürmektedir. Taraftarın hedef aldığı hakemler erkek, futbolcular erkek, takım erkek dolayısıyla futbol erkektir. Taraftarın; “gençliğimi s*ktin, canın sağ olsun” yorumunda takımı yenilgiye uğramıştır o da üzüntüsünü s*kmek kelimesi üzerinden belirtmiştir. Yine başka bir taraftar, “biz İstanbul s*kerrriz” şeklinde yaptığı yorum ile alınan galibiyeti kutlamaktadır. Aynı kelime taraftarın ruh haline göre farklı bir duruma karşılık gelmektedir. Üzüntü ve sevinç erkekliği ifade eden bir fiziksel eylem ile eşleştirilmektedir. Bazı taraftarlar yenilgiyi hazmedemeyip ağır ifadeler içeren yorumlar yapmaktadırlar. Örneğin; “OR*SPU ÇOCUKLARI. RUHSUZ P*ÇLER. HEPİNİZİN AM*NA K*YAYIM BEN” yorumunu yapan taraftar bu yorumu ile takımın oyuncularını hedef alarak yenilgiye duyduğu sinirini belli etme amacındadır. Taraftar yorumu ile öncelikli olarak kişiye sonra o kişinin ailesindeki birine karşı söz söylediğini farkında değildir, farkında olsa bile bunu önemli görmemektedir. Taraftar için bu yorum sadece öfkesini belli etmek amacıyla kullandığı bir söz dizilimidir. Çoğu taraftar yazdığı cümlelerin ne ifade ettiğini önemsemeden anlık tepkide bulunmak adına paylaşmaktadır. Erkekliğe sığmaz Kırık

kalp şeklindeki yorumda yenilgi erkekle eşleşebilecek bir durum değildir ve taraftar kırık kalp emojisi ekleyerek üzüntüsünü ifade etmiştir.

Çoğu kültürde erkek aile babası olarak kabul edilmekte evin direği olarak görülmektedir. Eve ekmek getirmekle, ailesini korumakla yükümlü olduğu için yüceltilmektedir. Türk kültürü erkek egemen bir kültürdür ve erkek olmak eş olmak, baba olmak çok önemlidir. Taraftar da içinde bulunduğu kültürden etkilenmekte bu da yorumlarına yansımaktadır. “Kocanız Galatasaray sizi s..mek için sabırsızlanıyor!” ve “Babanız Trabzonspor” bu iki yorum kültürün erkekliği nasıl yücelttiğinin, kültürel kodların taraftarlık diline nasıl yansıdığına örneklerdir. Bireylerin kendini ifade etme biçimleri içinde buldukları kültürden ayrı düşünülemez, “şükür a* kızlık bozuldu” yorumunda maç sonucunun taraftara galibiyet sevinci yaşattığını göstermektedir. Farklı bir takıma yapılan, “Kan geldi yine çok şükür” yorumu da kadın bedeninin kültürle bağlantısını gösteren başka bir örnektir. Bekaret kavramı üzerinden yapılan bu yorumda kadınlık hedef alınmaktadır. Kızlık bozuldu yani eylem bir kere gerçekleşti ve bundan sonraki maçlarda da devam edecek mesajı içermektedir.

Dil, kültürden etkilenmiş ona göre şekillenerek kelimeler, deyimler üretmiştir. Dil, toplum hakkında şifreler taşıyan sözcükler bütünüdür. Taraftarın, “Heykelini diksek t*ssaklarına beton yetmez be GUSTAVO” yorumunda geçen taşaklı kelimesi oyun sırasında iyi performans sergilemiş futbolcuya övgüdür. Türk Dil Kurumu taşaklı kelimesini sıfat olarak açıklamıştır. Birinci anlamı taşığı olan, ikinci anlamı sözünü geçirir, tuttuğunu koparır, yiğit demektir. Gündelik hayatta taşaklı adam, taşaklı olmak şeklinde kullanılmaktadır. İkinci anlamı zaten birinci anlamından türetilmiş erkek olmaya bir göndermedir. Futbolcu sergilediği oyun ile taraftarın takdirini hak etmiş bunu da erkeklik olgusu üzerinden almıştır.

Erkeklik gücü toplumun davranışlarını etkileyen faktörler arasındadır. Son yıllarda Türkiye’de tecavüz olaylarındaki artış toplumun ruh sağlığını olumsuz etkilemektedir. Kadına yönelik şiddet çeşitlerinden birisi olan tecavüz suçtur ve kişiler cezalandırılmaktadır. Bu açıdan bu örnek üzücü bir yorum olarak değerlendirilebilir. Taraftar, “Tecavüz etmek bir tek sana yakışıyor” yorumuyla yasal olarak suç olan bir eylemi meşrulaştırmaktadır. Bu ve benzeri yorumların varlığı eylemleri hafife almaktadır ve sosyal medyadaki görünürlüğü kişiler için tehlike arz etmektedir.

Günümüzde ergenlik dönemindeki gençlerin ve çocukların sosyal medyaya çok kolay ulaştığını göz önünde bulundursak gelişim çağındaki kişilerin olumsuz etkilenme ihtimali vardır. Söz edilen eylemin suç olduğunu fark etmeyebilir, yorumu olumlu olarak görebilir. Bazen taraftar öfkesini yazdığı kelimeyle değil bir simgeyle bir noktalama işaretiyle ifade etmektedir. Örneğin; “Rahmetli Dozer Cemil’in kemikleri sızlıyordur..O büyük şahsiyetin adına büyük hakarettir bu kirli sezon!!Göksel Gümüşdağ sezonu desen daha yerinde olurdu..İstanbul un tüp bebekleri komple birleşti bu şehre karşıYumruk yapılmış elYumruk yapılmış el Yumruk yapılmış elYumruk yapılmış elYumruk yapılmış elMavi kalpKırmızı kalpMavi kalpKırmızı kalpTürkiye BayrağıTürkiye BayrağıTürkiye Bayrağı” yorum okunduğunda göze çarpan bir argo kelime küfür yoktur. Ama İstanbul’un tüp bebekleri diyerek hedef aldığı takımları ötekileştirmedir. Sonrasında kullandığı mavi ve kırmızı kalpten Trabzonspor taraftarı olduğu açıkça bellidir. Diğer takımların o şehire karşı birleştiğinden bahsederek şehir milliyetçiliği yapmaktadır. Fakat yorumdaki asıl şiddet unsuru yumruk yapılmış el emojişidir. Öfkesini fiziki bir unsura gönderme yaparak ifade etmiştir. Son olarak, “Kurcaginiz takımım *mk götünüze s*kun kanser ettiniz koca fenerbahce camiasini rezil i*neler ya” yorumu oluşturulan beş kategoriden üçüne uygun olarak yazılmış bir cümledir. Kadın bedenini hedef alarak başlayan küfür LGBT’li bireyleri aşağılayarak sonlanmaktadır.

Genel olarak tüm taraftarların aynı kelime kalıpları ile eril dil kullandıkları araştırma örnekleri ile ortaya çıkmıştır. Dört takımın paylaşımlarına yapılan yorumlar hemen hemen aynıdır. Tribünde, tezahüratlarda şarkı uyarlamaları, marşlarla farklı cümlelerle oluşturulan dil yorumlarda sığlaşmaktadır. Sosyal medyada yorumların kalıplaştığını görmekteyiz. Taraftar sosyal medyada yorumun çok hızlı bir şekilde çok sayıda kişiye ulaşacağını farkındadır. Bu yüzden uzun uzun yazmak yerine küfürleri kısaltmalarıyla çok hızlı bir şekilde paylaşmaktadır. Twitter zaten kullanıcıyı belli bir karakterlik yorum alanıyla sınırladığı için taraftar da buna göre yorum yazmaktadır.

SONUÇ

İnsan daima iletişime ihtiyaç duymuş, var olduğu günden beri bunun yollarını aramış bir canlı türüdür. Bugün ateş yakıp dumanla haberleşmek çılgınca gelebilir o günün şartlarında o insanlar için o yöntem hayati önem taşımaktaydı. Teknolojik ilerlemeler iletişim kurmanın yollarını değiştirmiş, gelişerek kolaylaştırmıştır. 80'li yıllarda internetin bulunması dijitalleşmenin yollarını açan bir keşif olarak 20.yüzyıla damgasını vurmuştur. İnsanlığın yeni bir çağa geçmesini sağlamış, insanlar internet ile artık bilgi çağında yaşamaya başlamışlardır. İnternetin sunduğu olanaklar yaşanan teknolojik gelişmeler doğrultusunda çeşitlenmiş ve insan sosyal medya ile tanışmıştır. Sosyal medya, birçok imkân sağlayarak kişilerin hayatında önemli bir konuma gelmiştir. Dünün iletişim kanalları önemini kaybetmiş bugünün vazgeçilmez iletişim kanalı sosyal medya olmuştur. Herkes her şeyi artık sosyal medyada yaşar hale gelmiştir. Bu sebeple artık toplumları anlamak için onların sosyal medya davranışlarının gözlemlemek gerekmektedir. Bu çalışma da taraftarlık kavramının sosyal medyadaki görünürlüğünü temel alarak şekillenmiştir.

Türkiye'deki taraftar şiddeti uzun zamandır çalışmalarda, incelemelerde bulunulan bir konudur. Yaşanan tribün olayları, maç esnasında yapılan tezahüratlar, futbolun sadece bir oyundan ibaret olmadığını, toplumsal bir olgu olduğunu göstermektedir. Liglerin huzur içinde geçişinin önündeki engel holiganların davranışları olmuştur. Uzun yıllar taraftarın bu şiddetli yüzü ile mücadele edilmiştir. Taraftar şiddetinin önlemek amacıyla bazı önlemler alınmıştır, son yıllarda alınan bu önlemlerle tribün olayları ciddi oranda azalmıştır. 6222 sayılı spor kanunu ve TFF'nin Profesyonel Futbol Disiplin Kurulu kararları yaşanan şiddeti sonlandırmaya yönelik atılmış önemli adımlardır. Sosyal medyanın kullanımının yaygın olması şiddeti tribünde yaşayamayan taraftar için yeni bir alan olmuştur. Sosyal medya ulaşımı kolay ve hızlıdır. Taraftarın sesini geniş kitlelere duyurabileceği bir yerdir ve bu yerde özgürlük vardır. Sosyal medya kullanıcıları için kendilerini özgürce ifade edebilecekleri mecralardır. Bu tez özgürlük alanı olan sosyal medyadaki taraftar şiddetini açığa çıkarmayı amaçlamıştır elde edile veriler sonucunda çalışma hedefine ulaşılmıştır. Gerçek dünyada eril dil kullanan taraftar, sanal dünyada da özgürce yorumda bulunabilmektedir.

Araştırma bulgularına göre en fazla yorumu Galatasaray Futbol Kulübünün paylaşımlarına yapan taraftar en ez yorumu Beşiktaş Jimnastik Kulübüne yapmıştır. Belirlenen argo, küfür içeren yorumlar, kadınlık olgusunu ve kadın bedenini hedef alan yorumlar, LGBT’li bireyleri hedef alan yorumlar, milliyetçilik ve ırkçılık söylemleri içeren yorumlar, hegemonik erkekliği yüceltmeyi içeren yorumlar kategorilerine uyan yorumlar tespit edilerek taraftarların tüm bu ana başlıklara uygun yorumlarda bulunduğu gözlenmiştir. Genel olarak yorumlar hegemonik erkeklik kategorisine uyan erkeklik eylemleri üzerinden karşı tarafı aşağılamaya yöneliktir. Bunu yaparken de kadın bedeni üzerinden sözcükler kullanmaktadır. Çok fazla milliyetçilik ve ırkçılık içeren yorumlara rastlanmamıştır. Takımın kaybettiği maç sonuçlarındaki bazı yorumlarda yabancı uyruklu futbolcunun hedef alındığı yorumlar bulunmaktadır. Bulgular ışığında, öfkeli taraftarın en çok argo ve küfür içeren yorumlar yaptığı, bu yorumları yazarken de bu küfürleri belirli kısaltmalarla yazdığı görülmüştür. Maç sonuçlarına göre bazı taraftarlar bir futbolcu överken farklı takımın taraftarı hakaret etmektedir. Maç sonucuna ve taraftara göre şekillenen yorumların temel özelliği hepsinin aynı öfke noktasında buluşmalarıdır. Taraftar yorumlarında dil bilgisine dikkat edilmemesi ayrı bir çerçevede incelenebilir, eğitim seviyesiyle taraftarlık arasında doğrudan bağ olduğu sonucunu çıkarmak doğru değildir fakat bağlantılı olduğu söylenebilir. Taraftar şiddetini engellemek adına önlemler alınmaktadır.

Alının önlemler başarıya tam anlamıyla ulaşmasa da önemli oranda değişiklik yaşanmıştır. Cezai yaptırımlar şiddet olaylarını azaltmıştır ama sanal dünyadaki taraftar şiddeti sürmektedir çünkü henüz sosyal medyayı denetlemeye yönelik bir adım atılmamıştır. Sosyal medyanın kullanıcı yorumlarını süzgeçten geçiren bir kontrol ekibine ihtiyacı vardır. Burada bahsi geçen denetim mekanizması taraftarın düşünce özgürlüğünü bastırma yönünde değil düşüncelerini saygı çerçevesinde cümleler kurarak ifade etmesinin sağlamaya yöneliktir. Eril dil içeren yorumların paylaşılmasının engelleyecek bir kontrol sistemi sağlanırsa taraftar yazdığına görülmeyen kelimeleri yazmak yerine şiddet içermeyen cümlelerle düşünceleri paylaşmaya yönelecektir. Mesela Youtube’un bir kullanıcının yorum içeriğine göre o yorumu yayımlamakta ya da yayımlamamaktadır. Yorum içeriğinde argo, küfür, hakaret içeren kelimeler varsa o yorum yayımlanmamaktadır. Instagram, profil fotoğrafı olmayan hesapları silerek sahte hesapların önüne geçmeye çalışmaktadır. Twitter bu noktada diğer mecralara kıyasla

çok daha özgür kalmaktadır. Her alanda varlığını sürdüren eril şiddeti önleme konusunda toplumsal cinsiyet alanında çalışan derneklerin de üstlenmesi gereken görevler vardır. Toplumunu bilinçlendirmeye yönelik projeler yürütülmelidir.

Çalışmada taraftar şiddetinin sosyal medyadaki boyutunu göstermeye çalışılmıştır. Twitter’de taraftarlık olgusunun yoğun yaşandığı taraftar sayısının en fazla olduğu dört büyük takımın belirli sayıdaki paylaşımını incelenmiş, sosyal medyanın denetimsizliğinin sorun olduğunu savunulmuştur. Günümüzün kamusal alanı olan dijital alanın ahlakı sınırlıkları yok ettiğine taraftar şiddeti üzerinden dikkat çekme gayesi taşımaktadır. Her gün yeni bir uygulama sosyal medya ailesine katılmaktadır öyleyse bu alanda her zaman yeni araştırmalara ihtiyaç duyulacak demektir. Konu ile ilgili farklı mecraların, farklı taraftar gruplarının da incelenmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Acar-Savran, G. (2004). *Beden Emek Tarihi: Diyalektik Bir Feminizm İçin*. İstanbul: Kanat Kitap.
- Adams, C. J. (2019). *Etin Cinsel Politikası: Feminist- Vetetaryen Eleştirel Kuram*. (Çev: Güray Tezcan, Mehmet Emin Boyacıoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Adorno, T. W. ve Horkheimer, M. (2010). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Altuğ, A., Eser, A., Binark, M., Çomu, T., Dirini, İ., Kaymak, A., Sütçü Bayraktutan, G. (2010). *Yeni Medyada Nefret Söylemi*. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Aksu, O. (2017). “Yeni Toplumsal Hareketler Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı Analizi: Kadın Dernekleri”. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 146- 159.
- Aksu, O. (2018). “Bir Araştırma Yöntemi Olarak Netnografi: Ötekini Anlamanın Dijital Boyutu”. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 14-17.
- Aktaş, C. (2007). “Enformasyon Toplumu Bağlamında Türkiye”. *Selçuk İletişim Dergisi*, 4(4), 182-193.
- Argan, M. ve Katırcı, H. (2008). *Spor Pazarlaması*. Ankara: Nobel Yayın.
- Atalay, A. (2010). *Hukuksal Boyutları İle Futbolda Şiddet Olgusu*, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Konya: Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Ataman, M. (2009). “Feminizm: Geleneksel Uluslararası İlişkiler Teorilerine Alternatif Yaklaşımlar Demeti”. *Alternatif Politika*, 1(1), 1-41.
- Aydoğan, E., Zemestani, G. (2014). “Erillik/Dişillik (Hofstede) Bağlamında İran İle Türkiye'nin Yönetim Kültürlerinin Karşılaştırılması”. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 49(2), 50-71.
- Binark, M. (2007). “Yeni Medya Çalışmaları”, Mutlu Binark (Der.), *Yeni Medya Çalışmaları*, (5-19). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Bingölçe, Filiz (2020). *Futbol Argosu Sözlüğü*. İstanbul: Alfa Yayınları.

- Blossom, J., (ty) “*Surviving and Thriving as Social Media Changes Our Work, Our Lives, and Our Future*” (*Hayatta kalmak ve Sosyal Olarak Gelişmek, Medya Değişiklikleri İş, Hayatımız ve Geleceğimiz*), https://smpsebastiao.files.wordpress.com/2010/09/e-book_gcc_blossom_2009_content-nation.pdf, (Erişim Tarihi: 06.04.2019).
- Bourdieu, P. (2018). *Eril Tahakküm*. (Çev: Bediz Yılmaz). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Bora, T. (2006). *Kârhanede Romantizm Futbol Yazıları*. İstanbul: İletişim Yayınları
- Bulgu, N. (2012). “Futbolda Şiddetin Erkeklik Anlamları”. *Hacettepe Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 23(4), 207-219.
- Connell, R. W. (1998). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar: Toplum, Kişi ve Cinsel Politika*. (Çev.: Cem Soydemir). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çağlar, Ş. (2017). *Şövalyelik Mesleği Gazeteciliğe Sosyal Medya Etkisi*. Konya: Literatür Academia.
- Çakır, M. (2013). “Sosyal Medya ve Gösteri”. Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (Ed.), *Sosyal Medya Araştırmaları 1: Sosyalleşen Birey*, (11-68). İstanbul: Çizgi Kitapevi.
- Demir, M., Talimciler, A. (2015). *Şiddet, Şike ve Medya Kısılcacında Futbol ve Taraftarlık*. Konya: Literatür Academia.
- Demirli, C., Kütük, Ö. F. (2010). “Anlamsal Web (Web 3.0) ve Ontolojilerine Genel Bir Bakış”. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 9 (18) Güz, 97-107.
- Direk, Z. (2009). “Judith Butler: Toplumsal Cinsiyet ve Bedenin Maddeleşmesi”. Zeynep Direk (Der.), *Cinsiyetli Olmak Sosyal Bilimlere Feminist Bakışlar*. (67-84). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Duyar, D. (2011). *Futbol Seyircisinde Saldırganlık Davranışlarının İncelenmesi*, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Konya: Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Eker Öğüt, G. (2010). “Futbolun Dayanılmaz Çekiciliği, Büyülenen Taraftar Portresi, Fanatizm ve Beşiktaş”. *Milli Folklor*, Yıl 22, Sayı 85, 173-82.

- Erdoğan, İ. (2008). “Futbol ve Futbolu İnceleme Üzerine”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Kış-Bahar Sayı 26, 1-58.
- Ergin, Y. (2019). “6222 Sayılı Kanun’un “Spor Alanlarına Yasak Madde Sokulması ve Müsabaka Düzeninin Bozulması” Maddesi’nin Değerlendirilmesi”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(66), 1415-1421.
- Erol, A. (Haz.) (2009). *Anti-Homofobi Kitabı Uluslararası Homofobi Karştı Buluşma*. Ankara: Ayrıntı Basımevi, Ostim.
- Ersöz, B. (2020). “Yeni Nesil Web Paradigması: Web 4.0”. *Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi*, 1(2), 58-65.
- Ertan, C. (2010). “Homofobi: İnternet Gazetelerinde Okuyucu Yorumlarındaki Eşcinsellere Yönelik Tutumlar ve Söylemler ETHOS”. *Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 3(2), 1-17.
- Gerek, Z., Ünveren, A., Seyhan, S. (2015). “Türkiye’de Futbolla İlgili Yazılı Medyada Kullanılan Argo, Küfür ve Savaş Metaforlarının İncelenmesi”. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 44 Nisan, 190-197.
- Gezgin, S. ve İralı, A. E. (2017). *Gelişen Teknoloji Değişen Mekân*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Giddens, Anthony (1997). *Sosyoloji: Eleştirel Bir Yaklaşım*. (Çev.: M.Ruhi Esengün, İsmail Öğretir). İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Göksel, Burhan (1993). *Çağlar Boyunca Türk Kadını ve Atatürk*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Hanks-Wiesner, Merry E. (2020). *Tarihte Toplumsal Cinsiyet*. (Çev.: Meral Çıyan Şenerdi). İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Irak, D., Yazıcıoğlu, O. (2012). *Türkiye ve Sosyal Medya*. İstanbul: Okyanus Us Yayınları.
- Kahraman, M. (2013). *Sosyal Medya 101 2.0 Sosyal Medya Kitabı*. İstanbul: MediaCat.
- Katarı, A. (2006). *Farklılıklarla Yaşamak*. Ankara: Ürün Yayınları.
- Kerimoğlu, C., Doğan, G. (2015). “Türkçede Cinsiyet Görünümleri ve Çağrışımsal Zihniyet”. *Türklük Bilim Araştırma Dergisi*, 38 Güz, 143-178.

- Kırık, M. A. (2013). “Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı”. Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (Ed.), *Sosyal Medya Araştırmaları 1: Sosyalleşen Birey*. (69-102). İstanbul: Çizgi Kitapevi.
- Kondiyati, D. (2015). *Cariyeler, Bacılar, Yurttaşlar: Kimlikler ve Toplumsal Dönüşüm*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Kuram, E. (2019). *Z-Bir Kuşağı Anlamak*. İstanbul: Mundi Yayınevi.
- Laughey, D. (2010). *Medya Çalışmaları Teoriler ve Yaklaşımlar*. (Çev: Ali Toprak). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Mayfield, A. (ty). “What’s Social Media?..” (*Sosyal Medya Nedir?...*), https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf, E.T.: 16.12.2019
- Mil, H. İ., Şanlı, S. (2015). “Sporda Şiddet ve Medya Etkisi: Bir Maçın Analizi”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Güz, 14(55), 231-247.
- Mill, J. S. (2016). *Kadınların Özgürleşmesi*. (Çev: Damla B. Aksel). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Nalcıoğlu, B., Zeynep, S. (2020). “Folklorun Elektronik Bağlamı: İnternet”. *Gazi Türkiyat*, Bahar 26, 187-205.
- Özcan, F. F. (2012). *Yeni Medya ve Dijital Aktivizm* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özkök, Ö. (2019). *Sosyal Medyada Sanal Kimlikler; Sosyal Medya Fenomenlerinin Benlik Sunumları Üzerine Bir Araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Öztürk, A., Güven, Ö. F. (2014). “Importance of Social Media as Communication Channel in Bank Marketing (Banka Pazarlamasında Sosyal Medyanın Bir İletişim Kanalı Olarak Kullanılmasının Önemi)”. *MC SER Publishing, Rome-Italy*, 3(3), 76-81.
- Paksoy, A. (2019). *Kök Kelimelerin Serüveni*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Pettman, D. (2017). *Sonsuz Dikkat Dağınıklığı* Gündelik Yaşamda Sosyal Medyaya Odaklanmak*. (Çev: Yunus Çetin). İstanbul: Sel Yayıncılık.

- Sabuncuoğlu, A., Gülay, G. (2016). “Sosyal Medyada Görsel Paylaşımından Reklamcılığa: Instagram Reklamlarının Genç Kullanıcılar Üzerine Etkisine Dair Bir Araştırma”. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 7(15), 107-131.
- Sancar, S. (2009). *Erkekli: İmkânsız İktidar: Ailede, Piyasada ve Sokakta Erkekler*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Savcı, İlkay (1999). “Toplumsal Cinsiyet ve Teknoloji”. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 54(1), 123-142.
- Sert, Mahmut (2000). *Gol Atan Galip Futbola Sosyolojik Bir Bakış*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Talimciler, A. (2009). “Türkiye’de Erkek Kimliğinin Oluşumunda Göz Ardı Edilen Alan: Spor/Futbol”. Huriye Kuruoğlu (Ed.), *Erkek Kimliğinin Değişme(meyen)Halleri*. (45-65). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Talimciler, A. (2014). *Türkiye’de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Talimciler, A., Demir, M. (2015). *Şiddet, Şike ve Medya Kısacasında Futbol ve Taraftarlık*. Şükrü Balcı, Mete Kazaz, Salih Tiryaki (Ed.), Konya: Literatürk Academia.
- Törenli, N. (2005). *Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenmesi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Türkiye Büyük Millet Meclisi, Meclis Araştırması Komisyonu Raporu: Sağlık Çalışanlarına Yönelik Artan Şiddet Olaylarının Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan (454), Ocak, 2013, <https://www.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem24/yil01/ss454.pdf>
- Var, L. (2008). *Futbol Seyircilerinin Spor Alanlarındaki Saldırganlık Davranışları Hakkında Betimsel Bir Çalışma (Kırşehir İli Örneği)*, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

- Varnalı, K. (2013). *Dijital Kabilelerin İzinde Sosyal Medyada Netnografik Araştırmalar*. İstanbul: MediaCat.
- Vatandaş, C. (2007). "Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı". *Sosyoloji Konferansları*, 0(35), 29-56.
- Wittig, M. (1983). "The point of view: Universal or particular?". [Bakış açısı: Evrensel mi yoksa özel mi?]. *Feminist Issues*, 3(2), 63-69.
- Wardrip-Fruin N. ve Montfort, N. (2003). *The New Media Reader* [Elektronik Sürüm]. Cambridge: The MIT Press.
- Woolf, V. (2005). *Kendine Ait Bir Oda*. (Çev: Suğra Öncü). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Woolf, V. (2019). *Üç Gine*. (Çev: İlknur Güzel). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yorulmaz, A. (2019). *Lacan'ın Üç Düzeninden Dijital Kültürün Öznesine: Lacanyen Psikanaliz Bağlamında Kimlik, Tanınma ve Sosyal Medya*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İNTERNET KAYNAKLARI

Türk Dil Kurumu, www.tdk.gov.tr, (Erişim Tarihi: 12.12.2019).

<https://webrazzi.com/2012/10/22/sosyal-medyanin-kisa-tarihi-infografik/>, (Erişim Tarihi: 17.12.2019).

<https://sosyalmedya.co/yeni-kullanici-icin-twitter-terimleri/>, (Erişim Tarihi: 18.12.2019).

<https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri>, (Erişim Tarihi: 22.12.2019).

<http://www.unicef.org.tr/files/bilgimerkezi/doc/insan%20haklari%20evrensel%20beyan-nemesi.pdf>, Erişim Tarihi:12.02.2020.

<https://www.aa.com.tr/tr/futbol/turk-futbolunun-kanayan-yarasi-tribun-olaylari/1123696#>, Erişim Tarihi:15.06.2020.

<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/04/20110414-6.htm>, Erişim Tarihi: 30.06.2020.

<https://www.areda.com/taftar-arastirmasi/>, Erişim Tarihi: 01.07.2020

<http://www.radikal.com.tr/yazarlar/perihan-magden/bir-erkeklik-aleti-olarak-argo-845639/>, Erişim Tarihi: 05.07.2020.

<https://www.fanatik.com.tr/tarihe-gecmis-siddet-olaylari-haber-fotograf-153208>, Erişim Tarihi: 08.07.2020.

<https://www.aa.com.tr/tr/analiz/avrupada-yukselen-irkcilik-futbolu-dazehirliyor/1740508>, Erişim Tarihi: 08.07.2020.

<https://ajansspor.com/haber/genclerbirliginden-irkcilik-aciklamasi-355828>, Erişim Tarihi: 08.07.2020.

<https://ajansspor.com/haber/mac-sonu-olay-cikti-376730>, Erişim Tarihi: 08.07.2020.

<https://tr.euronews.com/2019/12/17/2020-cinsiyet-esitligi-raporu-turkiye-153-ulke-arasinda-130-s-rada>, Erişim Tarihi: 25.08.2020.

<https://www.milliyet.com.tr/ege/balikesirli-holigan-serbest-2746130> , Erişim Tarihi: 5.11.2020.

- <https://www.bilimcag.com/teknoloji/web-teknolojisinde-bilgi-cagi-web-3-0/>, Erişim Tarihi: 28.10.2020.
- <https://www.turkcebilgi.com/vandalizm>, Erişim Tarihi: 07.07.2020.
- <https://dusunbil.com/habitus-sermaye-ve-toplumsal-siniflar/>, Erişim Tarihi: 10.03.2020.
- <https://ozgurdenizli.com/kadinlarin-dilindeki-erillik-tugce-isiyel/>, Erişim Tarihi: 15.03.2020.
- <https://www.hurriyet.com.tr/kadinlar-da-bunu-yaparsa-20486064>, Erişim Tarihi: 27.04.2020
- <https://www.aksam.com.tr/spor/kadin-taraftarlar-da-kufur-etti--68508h/haber-68508>, Erişim Tarihi: 27.04.2020
- <https://kuran.diyamet.gov.tr/mushaf>, Erişim Tarihi: 10.07.2020.
- <https://www.tff.org/default.aspx?pageID=294>, Erişim Tarihi: 15.07.2020.
- <https://www.tff.org/Resources/TFF/Documents/TFF-KANUN-STATU/TFF-Kurulus-ve-Gorevleri-Hakkinda-Kanun.pdf>, Erişim Tarihi: 15.07.2020.
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/HeForShe>, Erişim Tarihi: 03.07.2020.
- <https://www.fenerbahce.org/taraftar/heforshe>, Erişim Tarihi: 10.07.2020.
- <https://shiftdelete.net/sosyal-medya-icin-kanun-teklifi-kimlik-numarasi-zorunlulugu>, Erişim Tarihi: 15.05.2020.
- <https://www.milliyet.com.tr/siyaset/unaldan-sosyal-medya-aciklamasi-kural-koymak-ile-yasak-farkli-sey-6254136>, Erişim Tarihi: 20.07.2020.
- <https://dijilopedi.com/2020-turkiye-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>, Erişim Tarihi: 12.11.2020
- <https://open.spotify.com/episode/3nUgLXMXu2RUBPGXb9syBn>, Erişim Tarihi: 21.05.2020

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Özge SEVER
Doğum Yeri ve Tarihi	
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	İnönü Üniversitesi- İletişim Fakültesi- Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Y. Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi- Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
Bilimsel Faaliyetleri	-
İş Deneyimi	
Stajlar	Antalya Ekspres- Antalya
Projeler	-
Çalıştığı Kurumlar	
İletişim	
E-posta Adresi	