

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**YENİ MEDYADA NEFRET SÖYLEMİ:
TARAFTARLARIN 6222 SAYILI KANUN İÇERİKLİ
NEFRET SÖYLEMLERİNİN TWİTTER
ÜZERİNDEN İNCELENMESİ**

ELZEM SEREN DİNÇ KIRLI
2501180248

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. GÜVEN NECATİ BÜYÜKBAYKAL

İSTANBUL – 2020

ÖZ

YENİ MEDYADA NEFRET SÖYLEMİ: TARAFTARLARIN 6222 SAYILI KANUN İÇERİKLİ NEFRET SÖYLEMLERİNİN TWİTTER ÜZERİNDEN İNCELENMESİ

Elzem Seren DİNÇ KIRLI

Yeni medyanın sahip olduğu etkileşimsellik, dijitallik, hipermetinsellik, kullanıcı türevli içerik gibi özellikleri, taraftarların yeni medya platformlarını kullanmalarında önemli bir etkidir. Yeni medyanın etkileşime açık ağlarında kullanıcı olan bu taraftarlar tuttukları takımlara karşı aidiyet duygusuyla hareket edip kendileri dışındaki taraftar gruplarına “öteki” damgası vurmaktadırlar. Yeni medyanın sunduğu çevrimiçi ve özgür ortam, ötekilere karşı ırkçı düşünce, öfke ve nefretin denetimsiz şekilde yayılmasına neden olmaktadır. *6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun*’un yürürlüğe girmesiyle sosyal medya ortamlarında şiddet ve hakaret içerikli paylaşımlar yapan taraftarlara ağır cezalar uygulanmasına rağmen, taraftarlar 6222 kanun sayısını bir kod olarak kullanıp nefret söylemi içerikli paylaşımlar yapmaya devam etmektedirler.

Dolayısıyla çalışmada amaç, Haziran 2019-Aralık 2019 tarihleri arasında 7 aylık bir süre boyunca taraftarlar tarafından yeni medya platformlarından biri olan Twitter üzerinde hem 6222 kodu hem de belli anahtar kelimeler kullanarak yapılan nefret söylemlerini tespit etmektir. Taraftar paylaşımları, belirlenen anahtar kelimeler ile Twitter’ın “Gelişmiş Arama” özelliği kullanılarak kayıt altına alınmış ve daha sonra da içerik analizine tabi tutulmuştur. Ayrıca, içerisinde yalnızca 6222 kodu geçen paylaşımların da analize dahil edilmesiyle daha fazla nefret söylemi içerikli paylaşıma ulaşmak mümkün olmuştur. Çalışmanın örnekleminde “kartopu örneklem” modeli benimsenmiştir. Güvenirlik ve geçerliliği sağlamak için ise tüm paylaşımlar kategorilere uygun şekilde kodlama cetvellerine kodlanmıştır. Çalışmanın sonucunda, taraftarlar tarafından üretilen nefret söylemlerinin hangi kimlik ve grupları hedef aldığı ve nefret söylemlerinin niteliklerine göre hangi kategorilerde yapıldığı grafiklerle gösterilerek ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Taraftar, Nefret Söylemi, 6222, Yeni Medya, Twitter

ABSTRACT

HATE SPEECH IN NEW MEDIA: INVESTIGATION OF HATE SPEECH INCLUDING LAW NUMBERED 6222 CREATED BY THE FANS

Elzem Seren DİNÇ KIRLI

The features of the new media, such as digitality, interactivity, hypertextuality, virtuality and user-generated content, are important factors for fans to use new media platforms. These fans, who are the members of platforms that are open to any interactions, behave with a sense of belonging to the teams they support, at the same time they tag other fan groups as “others”. New media provides an online and free atmosphere. Therefore white supremacy, anger and hate spread uncontrollably against others. Although severe punishments were imposed on the fans who share the detection of violent and abusive content in social media with the entry into force of Law Numbered 6222 on Prevention of Violence and Irregularities in Sports Competitions, the fans use the number itself, 6222, as a code and continue to share hateful contents.

Therefore, this study aims to detect hate speeches made using both the number 6222 (Law. No. 6222) as a code and specified keywords on Twitter, which is one of the new media platforms, between the period of June 2019 and December 2019 (7 months). The posts of fans were recorded according to specific keywords by using the "Advanced Search" feature of Twitter and then analyzed by following the content analysis method. Besides, the posts that include the code 6222 enabled us to reach more hate speech content. Therefore, the snowball sampling (chain-referral sampling) technique was applied. To ensure the reliability and validity, all posts were coded in the coding scale according to the categories. As a result of this study, the identities and fan groups are targeted by hate speech, and the categories of hate speech are demonstrated in the graphics.

Keywords: Fans, Hate Speech, 6222, New Media, Twitter

ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR

Yeni medyanın geleneksel medyaya göre denetlenebilirliğinin sınırlı olması bu platformlarda yayılan her türlü ifade biçimini kapsayan nefret söylemlerinin üretimini daha güçlü ve yaygın hâle getirmektedir. “Yeni Medyada Nefret Söylemi: Taraftarların 6222 Sayılı Kanun İçerikli Nefret Söylemlerinin Twitter Üzerinden İncelenmesi” başlıklı tez kapsamında, Haziran 2019-Aralık 2019 tarihleri arasında 7 aylık bir süre boyunca taraftarlar tarafından yeni medya platformlarından biri olan Twitter’da hem 6222 kodu hem de belirlenmiş anahtar kelimeler kullanılarak yapılan nefret söylemi paylaşımları tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın birinci ve ikinci bölümünde yeni medya, taraftarlık, nefret söylemi kavramlarıyla ve 6222 sayılı kanunun çerçevesiyle ilgili literatür bilgisine yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise, Twitter’ın “Gelişmiş Arama” özelliği kullanılarak kaydı tutulan paylaşımların içerik analizine tabi tutulması sonucu nefret söylemlerinin somut şekilde ortaya konduğu, hangi tür kategorilerle, ne sıklıkla ve hangi hedef gruplara karşı oluşturulduğunun tespit edildiği bulgular yer almaktadır.

Tez çalışmamda bana yol gösteren ve tüm pozitifliğiyle destek veren danışmanım Prof. Dr. Güven Necati Büyükbaykal’a, çalışmamın fikrini paylaşmak için aldığım randevu talebini karşılıksız bırakmayarak bana vakit ayıran ve tavsiyelerini esirgemeyen Hrant Dink Vakfı çalışanları Şeyma Özkan ve Emircan Saç’a teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca yüksek lisans tez dönemim boyunca 2210-A Yurt İçi Yüksek Lisans Burs Programıyla destek aldığım TÜBİTAK’a da sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Teşekkürlerin en büyüğü ise, bu çalışma fikrinin ortaya çıkışından yazım aşamasına kadar her türlü sürecinde fikir ve desteğini aldığım, doktora gibi zorlu bir süreçte de desteğini esirgemeyeceğine inandığım eşim Salih’e ve her zaman yanımda olduklarını bildiğim değerli ailemedir.

Elzem Seren DİNÇ KIRLI

İSTANBUL, 2020

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	ii
ABSTRACT.....	iii
ÖNSÖZ.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
RESİMLER LİSTESİ.....	ix
KISALTMALAR LİSTESİ.....	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM YENİ MEDYA VE TWİTTER

1.1. Yeni Medya Kavramı	5
1.2. Yeni Medyanın Gelişimi	6
1.3. Yeni Medya ve Geleneksel Medyanın Farkları.....	8
1.4. Yeni Medyanın Özellikleri.....	10
1.4.1. Dijitallık	10
1.4.2. Etkileşimsellik.....	10
1.4.3. Hipermetinsellik.....	11
1.4.4. Yayılım	12
1.4.5. Sanallık.....	12
1.4.6. Multimedya Biçimselliği.....	12
1.5. Yeni Medyanın Bireysel ve Toplumsal Açıdan Etkileri	13
1.5.5. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bakımından Etkisi	13
1.5.6. İnternet Bağımlılığı Bakımından Etkisi	14
1.5.7. Mahremiyet Bakımından Etkisi	14
1.5.8. Kişilerarası İletişim Bakımından Etkisi	15
1.5.9. Toplumsal Hareketler Bakımından Etkisi.....	15
1.5.10. Benlik Sunumu Bakımından Etkisi.....	16
1.5.11. Kimlik Değişimi Bakımından Etkisi.....	16
1.5.12. İfade Özgürlüğü Bakımından Etkisi	17
1.5.13. Kamusal Alan ve Gündem Belirleme Bakımından Etkisi.....	17
1.6. Bir Sosyal Medya Ağı Olarak Twitter.....	18
1.7. Twitter Kavramı	19

1.8. Twitter Terminolojisi	21
----------------------------------	----

İKİNCİ BÖLÜM

TARAFTARLIK KAVRAMI, YENİ MEDYA VE NEFRET SÖYLEMİ

2.1. Söylem Kavramı	23
2.2. Nefret Söylemi Kavramı	25
2.3. Nefret Söyleminin Türleri ve Kategorilendirilmesi	29
2.3.1. Siyasal Nefret Söylemleri	30
2.3.2. Homofobik Nefret Söylemleri	31
2.3.3. Etnik Kökene Dayalı ve Irkçı Nefret Söylemleri.....	31
2.3.4. Cinsiyetçi Nefret Söylemleri	32
2.3.5. İnanç ve Mezhep Temelli Nefret Söylemleri.....	32
2.3.6. Engellilere ve Çeşitli Hastalıklara Yönelik Nefret Söylemleri.....	32
2.4. Nefret Suçu Kavramı	33
2.5. Yeni Medya ve Nefret Söylemi	37
2.6. Taraftarlık, Medya ve Nefret Söylemi.....	41
2.6.3. Fanatizm ve Holiganizmin Şiddetle İlişkisi.....	44
2.6.4. Taraftarlık ve Medyada Nefret Söylemi İlişkisi	47
2.6.5. 6222 Sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun...	49

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

6222 KANUN İÇERİKLİ NEFRET SÖYLEMLERİNİN TWİTTER ÜZERİNDEN İNCELENMESİ

3.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı	51
3.2. Araştırmanın Yöntemi.....	52
3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılığı	55
3.4. Bulgular ve Yorumlar	57
3.4.1. Cinsel Kimlik ve Yönelim Temelli Nefret Söylemleri.....	60
3.4.2. Etnik-Ulusal Kimlik Temelli Nefret Söylemleri	63
3.4.3. Dini Kimlik Temelli Nefret Söylemleri	66
3.4.4. Hastalık-Fiziksel Özellik Temelli Nefret Söylemleri.....	69
3.4.5. 6222 Kodu Kullanılarak Yapılan Nefret Söylemi Paylaşımları	72
TARTIŞMA VE SONUÇ.....	76
KAYNAKÇA	88
EK.....	106

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 Teknolojilerinin Gelişimi	7
Tablo 1.2. Geleneksel Medya ve Yeni Medyanın Farkları	9
Tablo 2.1. İnternetin Çevrimiçi Olanakları ve Riskleri	39
Tablo 3.1. Araştırmada Kullanılan Anahtar Kelimeler	56
Tablo 3.2. Nefret Söylemi Hedef Grupları.....	56
Tablo 3.3. Nefret Söylemi Genel Kategorileri ve İçerik Türü	56

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1. Anahtar Kelimeler Kullanılarak Yapılan Paylaşımların Nefret Söylemi	
Kategorilerine Göre Dağılımı	58
Şekil 3.2. Anahtar Kelimeler Kullanılarak Yapılan Paylaşımların İçerik Türüne Göre	
Dağılımı	59
Şekil 3.3. Cinsel Kimlik ve Yönelim: Hedef Gruplara Göre Dağılım.....	60
Şekil 3.4. Cinsel Kimlik ve Yönelim: Nefret Söylemi Kategorilerine Göre Dağılım.....	62
Şekil 3.5. Etnik-Ulusal Kimlik: Hedef Gruplarına Göre Dağılım	63
Şekil 3.6. Etnik-Ulusal Kimlik: Nefret Söylemi Kategorilerine Göre Dağılım.....	65
Şekil 3.7. Dini Kimlik: Hedef Gruplara Göre Dağılım.....	66
Şekil 3.8. Dini Kimlik: Nefret Söylemi Kategorilerine Göre Dağılım	68
Şekil 3.9. Hastalık-Fiziksel Özellik Temelli Nefret Söylemleri	69
Şekil 3.10. Hastalık-Fiziksel Özellik: Nefret Söylemi Kategorilerine Göre Dağılım	71
Şekil 3.11. 6222 Kodu Kullanılarak Yapılan Paylaşımların Nefret Söylemi	
Kategorilerine Göre Dağılımı	72
Şekil 3.12. 6222 Kodu Kullanılarak Yapılan Paylaşımların İçerik Türüne Göre	
Dağılımı	74

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1.1. Jack Dorsey'in Twitter Çizimi	19
Resim 2.1. Nefret Piramidi	27
Resim 2.2. Nefret Suçları: Olası Hedefler ve Olası Biçimler	35
Resim 3.1. 6222 Tweetlerinin Kategorilere Göre Düzenlenmiş Kodlama Cetveli ...	57

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AGİT	: Avrupa Güvenlik ve İş Birliği Teşkilatı
AİHM	: Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi
AKBK	: Avrupa Konseyi Bakanlar Kurulu
BM	: Birleşmiş Milletler
DKİHB	: Demokratik Kurumlar ve İnsan Hakları Bürosu
DM	: Direct Message
ELYADAL	: Eleştirel Yaratıcı Düşünme ve Davranış Araştırmaları Laboratuvarı
FBI	: Federal Soruşturma Bürosu
IRC	: Internet Relay Chat
PDA	: Personal Digital Assistant
SMS	: Short Message Service
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TCK	: Türk Ceza Kanunu
TT	: Trending Topics
UHDV	: Uluslararası Hrant Dink Vakfı
Vb.	: Ve benzeri
WWW	: World Wide Web

GİRİŞ

İnternet teknolojisinin gelişmesiyle birçok yenilik de beraberinde gelmiştir. İnternetin Web 1.0'dan Web 2.0'a geçişiyle kullanıcıların herhangi bir teknik bilgiye ihtiyaç duymadan içerik oluşturmaları ve bu içerikleri hızlı ve özgür bir şekilde paylaşmaları mümkün olmuştur. Yeni medya kavramı bu çift yönlü etkileşimsel medyayı nitelendirmek için kullanılmaktadır. Yeni medyanın sunduğu erişim kolaylığı, yayılım, etkileşimsellik, hipermetinsellik ve multimedya özellikleri bilgi akışının çok daha kolay ve hızlı olmasını sağlamaktadır. Bu imkânlar hem sosyal ağların hem de bu ağların kullanıcılarının sayısının artmasını sağlamıştır. Sosyal ağlardan biri olan ve aynı zamanda da bir mikroblog platformu olan Twitter'ın oldukça fazla sayıda kullanıcısı bulunmaktadır. 2006 yılında Jack Dorsey, Evan Williams ve Biz Stone tarafından SMS (kısa mesaj) aracı olarak geliştirilen Twitter, basitçe geliştirilmiş ara yüzü ve açık ifade özelliği içerik oluşturmayı ve paylaşmayı kolay hâle getirmektedir. Metnin ve tüketicinin bir arada olduğu Twitter, etkileşimi mümkün kılmasının yanı sıra metin ve medyaların bağlantısını da sunmaktadır. Dolayısıyla bu tez çalışmasının verilerini oluşturmada seçilen sosyal medya platformu olmuştur.

Yeni medyanın tüm avantajlarının yanı sıra geleneksel medyaya göre kontrol edilebilirliğinin sınırlı olması bu platformlarda yayılan yabancı düşmanlığını, ırkçı nefret dolu ve ayrımcı her türlü ifade biçimini kapsayan nefret söylemlerinin ise üretimini yaygın hâle getirmektedir. Uluslararası Hrant Dink Vakfı, 2009 yılından beri yürüttüğü "*Medyada Nefret Söyleminin İzlenmesi*" projesiyle belli kimlik özellikleri sebebiyle hedef alınan kişi ve gruplara yönelik ayrımcı dil ve nefret söylemlerine karşı dikkat çekmek ve farkındalık yaratmak amacıyla Türkiye'de ulusal yayın yapan gazeteleri incelemektedir. Vakıf tarafından daha önceki yıllarda yapılmış olan uluslararası çalışmalardan yararlanılarak ve Türkiye'ye özgü olan dil ve kültür farklılıklarının da dikkate alınarak belirlenmiş dört nefret söylemi kategorisi; küfür-hakaret-aşağılama, abartma-yükleme-çarpıtma, düşmanlık-savaş ve simgeleştirme şeklindedir.

Nefret söylemleri, grupların karakteristik özelliklerine göre de cinsiyetçi, homofobik, etnik kökene dayalı ve ırkçı, inanç ve mezhep temelli ve engellilere ve çeşitli hastalıklara yönelik nefret söylemleri olarak sınıflandırılmaktadır. Nefret söylemlerinin en yaygın alanlarından birinin spor, özellikle de futbol olduğunu söylemek mümkündür. Futbolun kendi dilini ve söylemini yaratması, futbolla büyüyen sosyalleşen taraftar kitlelerini de yaratmıştır. Dolayısıyla nefret söylemleri ve taraftarlık kavramı arasında birbirini etkileyen bir ilişki söz konusudur. Taraftarlık kültürü, kendi takımını yüceltip rakibini ise aşağılayan marşlar, pankartlar, bayraklar için kaynak oluşturmaktadır. Yeni medyada oluşturulan etkileşime açık taraftarlar tuttukları takıma karşı aidiyet ve birliktelik duygusu yaşamakta ve grup dışındaki taraftarlara “öteki” damgası vurmaktadırlar. İnternet ve yeni medya ortamlarının kullanıcılara düşünce paylaşabilmeleri için sağladığı bu özgür ortam; yapılan paylaşımların hakaret içerikli tarzda olması sebebiyle ırkçı düşünce, öfke ve nefretin güçlü şekilde yayılmasına neden olmaktadır.

Spor alanında özellikle de taraftarlar arayıcılığıyla oluşan nefret söylemlerini önlemeye yönelik yeni bir yasal düzenleme olarak müsabaka gerçekleştirirken, müsabaka öncesi veya sonrasında spor alanlarında, taraftarların bulundukları yerlerde veya müsabakaların yapılacağı yerlere gidiş ve geliş güzergâhlarında şiddet ve düzensizliğin önlenmesini amaçlayan “6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun” yürürlüğe girmiştir. Bununla birlikte özellikle de yeni medya ortamları ciddi şekilde denetlenmeye başlamış, nefret suçu işleyen ve nefret suçuna teşvik edici paylaşımlar yapan sosyal medya kullanıcıları hakkında adli işlem yapılmasına karar verilmiştir. Görsel, yazılı, işitsel veya elektronik kitle iletişim araçları yoluyla işlenen tehdit veya hakaret içerikli nefret suçları da şikâyet şartı aranmaksızın kanunun kapsamına alınmıştır. Böylece fanatizmle de etkili şekilde mücadele etmek hedeflenmiştir. Ancak, sporda şiddeti önlemeyi yönelik çıkarılan bu kanun ile birlikte sosyal medya ortamlarında hakaret içerikli paylaşımların cezalandırılmasına rağmen kullanıcıların geri adım atmadığı ve hatta 6222 kanun sayısını bir kod olarak kullanıp bu kod üzerinden siyasal, homofobik, ırkçı ve etnik kökene dayalı, dini temelli, engellilik ve hastalık ifadesi içeren nefret söylemleri üretmeye devam ettikleri görülmektedir.

Dolayısıyla da bu çalışma, yeni medya ortamlarında taraftarların nefret söylemlerine maruz kalmanın kanunlara rağmen çok daha mümkün olması ve yeni medya ortamlarının çok daha riskli olduğunu görebilmek için oldukça önem arz etmektedir. Bu amaçlar doğrultusunda çalışmanın birinci bölümünde yeni medya kavramı, yeni medya ve geleneksel medyanın farkları, yeni medyanın özellikleri, yeni medyanın bireysel ve toplumsal etkileri detaylı olarak tanımlanmıştır. Bununla birlikte çalışma için seçilen sosyal medya platformu Twitter ve terminolojisinden de bahsedilmiştir. İkinci bölümde ise; söylem, nefret söylemi ve nefret suçu kavramları, nefret söylemi ve türlerinin kategorileri, yeni medya ve nefret söylemi ilişkisine değinilmiş, ayrıca fanatizm ve holiganizm kavramları, taraftarlık, medya ve nefret söylemi ilişkisiyle birlikte 6222 sayılı kanunun çerçevesine açıklık getirilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın son bölümü olan üçüncü bölümde ise, yeni medya ortamlarının kullanıcı yorumlarına ve paylaşımlarına en açık ağlarından biri olan Twitter’ın “Gelişmiş Arama” özelliğiyle, anahtar kelimeler kullanılarak ulaşılan paylaşımların içerik analizine tabi tutulmasıyla elde edilen bulgular yer almaktadır. Twitter’da taraftarlar tarafından yapılan nefret söylemlerinin somut şekilde ortaya konmasında, hangi tür kategorilerle, ne sıklıkla ve hangi hedef gruplara karşı oluşturulduğunu tespit edebilmek için içerik analizinin önemli veri sağlayacağı düşünülmüştür.

Çalışmanın evrenini, Haziran 2019-Aralık 2019 tarihleri arasında 7 aylık bir süre boyunca, taraftarların Twitter üzerinden önceden belirlenmiş olan anahtar kelimelerle ve 6222 kodunu kullanarak yaptığı nefret söylemi içerikli paylaşımlar oluşturmaktadır. Seçilen anahtar kelimeler, Uluslararası Hrant Dink Vakfı tarafından 2009 yılından beri ayrımcı dil ve nefret söylemlerinin kullanımına yönelik farkındalık yaratmak amacıyla Türkiye’deki ulusal gazetelerin incelendiği “*Medyada Nefret Söyleminin İzlenmesi*” projesinde kullanılan cinsel kimlik-cinsel yönelim, etnik-ulusal kimlik ve dini kimlik ifadesi içeren kişi veya gruplara yönelik anahtar kelimeler referans alınarak belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler yoluyla hangi kimliklere yönelik nefret söylemleri yapıldığının tespit edilmesi dışında bu söylemlerin doğrudan hangi hedef gruba yönelik olduğunu tespit edebilmek ve nefret söylemlerinin niteliklerini de ayrıştırılabilmek amaçlanmıştır. Anahtar kelimelerle taratılan paylaşımlar; antrenörler, hakemler, sporcular, yöneticiler, rakip takım taraftarları, federasyonlar ve medya kuruluşları olmak üzere yedi ayrı hedef gruba yönelik nefret söylemi kategorisinde incelenmiştir. Daha fazla nefret söylemi içerikli paylaşıma ulaşmak için içerisinde yalnızca #6222 geçen paylaşımlar da analize dahil edildiği için örneklemin oluşturulmasında “kartopu örneklem” modeli benimsenmiştir. Analize dâhil edilen tüm paylaşımlar, Hrant Dink Vakfı tarafından Türkiye’ye özgü dil ve kültür farklılıkları göz önünde bulundurularak belirlenmiş dört nefret söylemi kategorisinde değerlendirilmiştir. Çalışma, araştırmada nitel tablo ve grafikler elde edebilmek için önceden kayıt altına alınan ve kategorilere uygun şekilde kodlama cetvellerine kodlanan paylaşımların grafiklere dökülmesiyle elde edilen bulguların genel bir değerlendirmesiyle son bulmaktadır. Ayrıca çalışmanın EK’ler kısmında 6222 sayılı kanunun tamamına ve ilgili maddelerine de yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

YENİ MEDYA VE TWİTTER

Bu bölümde yeni medya kavramı, yeni medyanın tarihsel gelişimi, yeni medya ve geleneksel medyanın farkı, yeni medyanın özellikleri, yeni medyanın bireysel ve toplumsal etkileri, Twitter kavramı ve Twitter terminolojisi konuları ele alınmıştır.

1.1. Yeni Medya Kavramı

Bilgisayar ağ ve teknolojilerinin kullanımı medyada yeni bir dönem başlatmıştır. Yeni medya kavramı 1980’li yıllardan sonra ortaya çıkmıştır ve temelinde sayısal olma özelliğini bulundurmaktadır.¹ Yeni medya kavramı içerisinde; dijital kodlama sistemiyle temellenmiş, eş zamanlılık özelliği ve multimedya biçimselliğine sahip, iletişim araçları yer almaktadır.² Web 2.0 teknolojisi, cep telefonları, PDA ve dijital oyunlar gibi “paylaşım” adı altında yer alan internet uygulamaları yeni medya kavramı altında değerlendirilmektedir. Bu internet uygulamaları arasında Facebook, Instagram ve Youtube gibi sosyal paylaşım ağları, Twitter gibi mikroblog ağları, Wordpress gibi blog uygulamaları, Ekşi, Uludağ, İnci, Süslü gibi sözlük platformları ve diğer fotoğraf ve müzik paylaşım ağları bulunmaktadır.³ İnternet teknolojisinin gelişmesiyle beraber tek yönlü iletişim şeklinden çift yönlü iletişim şekline geçilmiştir. Yeni medya kavramı özellikle de bu etkileşimsel medyayı nitelendirmek için kullanılmaktadır.⁴

¹ Lev Manovich, “What is New Media”, **The New Media Theory Reader**, ed. Robert Hassan, Julian Thomas, London, Open University Press, 2006, s. 10.

² Jan Van Dijk, “Digital Media”, **The Sage Handbook of Media Studies**, ed. John D.H. Downing, Denis McQuail, Philip Schlesinger ve Ellen Wartella, 145-163, London, Sage, 2004, s. 146.

³ Tuğrul Çomu, Mutlu Binark, “Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi”, **Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar, Mecralar, Tartışmalar**, ed. Mahmut Çınar, İstanbul, Hrant Dink Vakfı, 2013, s. 199.

⁴ Mutlu Binark, **Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri**, der. Mutlu Binark, İstanbul, Ayrıntı 2014, s. 15.

İnternetin Web 1.0'dan Web 2.0'a geçişiyle kullanıcıların teknik bir bilgiye ihtiyaç duymadan içerik oluşturmaları ve bu içerikleri hızlı ve özgürce paylaşmaları mümkün kılınmıştır.⁵ Web 2.0 teknolojisi ayrıca, maliyeti çok daha az, hiyerarşinin olmadığı, üretici ve tüketicinin yer değiştirebildiği, zaman ve mekân kavramlarının önemsizleştiği, bilginin daha çok sağlanabildiği bir ortam yaratmaktadır.⁶ Web 2.0'ın sağladığı imkânlarla beraber sosyal ağların da sayısı artmıştır. Dolayısıyla iletişim teknolojileri oldukça yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Bugün yüzlerce paylaşım ağı ve bu ağları kullanan milyonlarca kullanıcı bulunmaktadır.⁷

1.2. Yeni Medyanın Gelişimi

Başta internetin gelişmesiyle başlayan süreç Web 2.0 teknolojisi ve beraberinde de sosyal ağların gelişmesiyle ortaya çıkmıştır. İnternet çağının başlangıcı World Wide Web'in (WWW) başlangıç aşamasını ifade eden Web 1.0 olarak kabul görmektedir. Bu dönemde etkileşimli içerik sağlanması mümkün değilken, Web 2.0 teknolojisiyle beraber iletilen mesajlar daha çok kişiye ulaşabilmiş ve internet ortamı daha etkileşimli bir hâle gelmiştir. Web 1.0 döneminde tüketici konumunda olan kullanıcılar böylece üreten kişi konumuna geçiş yapmıştır.⁸ Web 1.0 teknolojisinden Web 2.0 teknolojisine geçiş döneminde "Dotcom Krizi" etkili olmuştur. Bu krizin sonucu olarak bilgisayar ve internet teknolojilerine yatırım yapan şirketler yaptıkları bu yatırımların karşılığını alamadıkları için hisse senetleri değer kaybetmiş ve sonrasında da sektörden çekilmişlerdir. Dotcom balonunun patlaması ile yalnızca güçlü şirketler ayakta kalabilmiş, daha sonra da yenileşme çabaları içerisine girmişlerdir.⁹

⁵ Murat Kahraman, **Sosyal medya 101**, İstanbul, Mediacat Yayınları, 2010, s. 13.

⁶ Nazife Güngör, **İletişim Kuramlar Yaklaşımlar**, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2011, s. 312.

⁷ Ali Toprak, Ayşenur Yıldırım, Eser Aygöl, Senem Börekçi, Tuğrul Çomu, Mutlu Binark, **Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "görülüyorum öyleyse varım!"**, Kalkedon, İstanbul, 2014, s. 36.

⁸ Mehmet Toprak, "Sosyal Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Nefret Söylemi: Twitter Örneği", **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya, 2018 s. 8-9.

⁹ Yeliz, Kuşay, "Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri", **İkinci Medya Çağında İnternet**, ed. Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, 61–89, İstanbul, Alfa, 2010, s. 20.

Katılımcılığı ve kullanıcıların etkileşimini destekleyen Web 2.0 teknolojisi, internetin gelişimiyle beraber bir rakam daha büyümüştür. Web 2.0 teknolojisine göre daha fazla gelişmeler içeren Web 3.0 uygulamaları ise ortak bir dil arayıcılığı ile birbirleriyle iletişim kuran ağlardan oluşmaktadır.¹⁰

Tablo 1.1. Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 Teknolojilerinin Gelişimi

Web 1.0	Web 2.0	Web 3.0
1996	2006	2016
Web	Sosyal Web	Semantik Web
Tim Berners Lee	Tim O'Reilly	Sir Tim Berners Lee
Okuma	Okuma ve yazma	Okuma, yazma ve çalıştırma
Bilgi Paylaşımı	Etkileşim	Daldırma
Yankı sistemi	Katılım	Kendini Anlama
Bilgiye Bağlanma	İnsanlara Bağlanma	Anlama Bağlanma
Beyin, Göz	Beyin, Göz, Kulak, Ses	Beyin, Göz, Kulak, Kollar, Bacaklar
Grafik ve Metin Tabanlı Web	2D Portallar	3D Portallar
Kişisel web siteleri	Bloglar	Semantik bloglar
İçeriğin, etkileşim olmadan tek yönlü yayınlanması	Sosyal ağlar, bloglar, wikiler yoluyla iki yönlü iletişim	Yapay öğrenme desteğiyle kullanıcılara yönelik kişisel web deneyimi

Kaynak: Karan Patel, "Incremental Journey for World Wide Web: Introduced with Web 1.0 to Recent Web 5.0 – A Survey Paper", *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 3(10), 2013, s. 413-414.

Tablo 1.1.'de sırasıyla Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 teknolojilerinin gelişim süreciyle oluşan karşılaştırma yer almaktadır. Görüldüğü gibi Web 1.0 ile yalnızca okuma imkânı bulunurken Web 2.0 teknolojisiyle yazma imkânı da doğmuştur. Web 3.0 teknolojisiyle beraber de artık çalıştırma imkânı da gelmiştir. Web 1.0 teknolojisi yalnızca etkileşim imkânı olmadan tek yönlü bir içerik yayınlamaya izin vermektedir. Web 2.0 ve Web 3.0 teknolojisi ise daha fazla duyu organına hitap etmekte, iki yönlü iletişim ve kullanıcılara kişisel web deneyimi imkânı sunmaktadır.

İnternet ve Web'in gelişmesiyle beraber sosyal ağlar da gelişim yaşamıştır. 1979 yılında Jim Ellis ve Tom Truscott tarafından kurulan ve çift yönlü mesajlaşma imkânı tanıyan tartışma platformu Usenet ile ilk gelişmeler başlamıştır. 1988 yılında dosya ve link paylaşımı yapan "IRC" (Internet Relay Chat) kurulmuştur. Sosyal medya çağının günümüzdeki iletişim temelli kullanımı ise 1989 yılında Bruce ve Susan Abelson

¹⁰ Tuğrul, Çomu, "Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi: Youtube Örneği", *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2012, s. 44.

tarafından kurulan, çevrimiçi günlük yazarlarını tek bir ortamda bir araya getiren Open Diary Web sitesi ile başlamıştır.

Aynı dönemde Weblog adı verilen, yeni bir web sitesi kavramı ortaya konmuştur. 1997 yılında SixDegrees ile kullanıcılar kendi profillerini oluşturarak başka insanlarla arkadaşlıklar kurabilmişlerdir. 1999 yılında kurulan LiveJournal ile ise kullanıcılar, diğer kullanıcıları takip ederek ve gruplar oluşturarak etkileşim sağlayabilmişlerdir. Bundan sonraki yıllarda kurulan Wikipedia, Myspace, Flickr, Yahoo!360, LinkedIn, Youtube, Facebook, Twitter, Tumblr, Instagram gibi tüm sosyal medya ağları daha önceki uygulamalardan cesaret alarak kurulmuştur.¹¹ Web 1.0'da mevcut olan sohbet odaları Web 2.0 teknolojisiyle yeni paylaşım anlayışı geliştirerek Twitter, Facebook, Instagram gibi sosyal ağlara evrilmiştir. Bu ağlar kullanıcıların metin, fotoğraf, video, gif gibi içerikleri paylaşmalarına imkân tanımaktadır.¹² Sosyal medya platformlarını; iletişim platformları (Twitter, Facebook, forumlar vb.), iş birliği platformları (Wikiler, alternatif habercilik vb.), multimedya platformları (Youtube, Instagram, Flickr vb.), yorumlar ve gözden geçirme platformları (iş değerlendirme uygulamaları, haberler vb.) ve eğlence platformları olarak sıralamak mümkündür.¹³

1.3. Yeni Medya ve Geleneksel Medyanın Farkları

Yeni medya ve dolayısıyla sosyal medya enformasyonun üretildiği, paylaşıldığı, değişim gördüğü ve aynı zamanda yok edildiği iş birlikçi bir süreçtir.¹⁴ Geleneksel medyada hedef kitleler için “izleyici”, “okuyucu” veya “seyirci” gibi tanımlamalar kullanılırken; yeni medyada hedef kitleler için “kullanıcı” ifadesi kullanılmaktadır. Kullanıcılar yeni medya araçlarını kullanırken enformasyonun üreticisi

¹¹ Murat, Hazar, “Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması”, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 7(2), 2011, s. 155-156.

¹² Kahraman, a.g.e., s. 16.

¹³ Sema Kurtuluş, Erdem Özkan, Selen Öztürk, “How Do Social Media Users in Turkey Differ in Terms of Their Use Habits and Preferences?”, *International Journal of Business and Information*, 10(3), 2015, s. 341.

¹⁴ Dave, Evans, *Social Media Marketing: An Hour A Day*, 2nd Edition, Indiana, John Wiley & Sons, 2012, s. 33.

olabilmektedirler. Aynı zamanda kullanıcılar içeriklere diledikleri zaman ve mekânda ulaşabilme imkânına da sahip olmaktadır.¹⁵

Yeni medya ve geleneksel medya arasındaki farklar aşağıdaki tabloda belirtilmiştir:

Tablo 1.2. Geleneksel Medya ve Yeni Medyanın Farkları

Geleneksel Medya	Yeni Medya
Sabit ve değiştirilemezdir	Anlık ve güncellenebilirdir
Sınırlı ve gerçek zamanlı olmayan yorumlar	Sınırsız ve gerçek zamanlı yorumlar
Sınırlı ve gecikmeli ölçüm	Anlık popülerlik ölçüm
Arşive zayıf erişim	Arşive kolay erişim
Sınırlı medya karması	Tüm medya karma hale getirilebilir
Bir kurul tarafından yayımlanır	Bireysel yayımcılar tarafından oluşturulur
Paylaşım desteklenmemektedir	Paylaşım ve katılım desteklenmektedir
Denetim	Özgürlük

Kaynak: Tolga Kara, **Sosyal Medya Endüstrisi**, İstanbul, Beta Yayıncılık, 2013, s. 35.

Tablo 1.2.’de de görüldüğü gibi yeni medya, kullanıcıları geleneksel medyada olduğu gibi tek yönlü bilginin alıcısı olmaktan uzaklaştırmakta ve karşılıklı etkileşimin mümkün olduğu çift yönlü ve eş zamanlı bir ortam sunmaktadır.¹⁶ Ayrıca geleneksel medyada paylaşım desteklenmezken yeni medyada desteklenmektedir. Geleneksel medya, özel kurumlar veya devlet gibi profesyonel kişiler tarafından yönetilmektedir. Dolayısıyla da geleneksel medyada üretilen içeriklerin bu kurumların düşünce ve görüşlerini yansıtması sebebiyle tam anlamıyla özgür olmadıklarını söylemek mümkündür. Yeni medyada ise bağımsız bir ortam ve kısıtlı denetim söz konusu olduğu için kullanıcılar kendi görüşlerini iletebilme hakkına sahip olmaktadır.¹⁷

¹⁵ Haluk, Birsen, “Değişim Aracı Olarak Yeni Medya”, *Dijital İletişim ve Yeni Medya*, der. Mesude Canan Öztürk, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2013, s. 27.

¹⁶ Mücahit Küçükylmaz, Fatih Özutku, Hakan Çopur, İbrahim Sığın, Kemal İlter, Yalçın Arı, **Sosyal Medyanın ABC’si**, İstanbul, Alfa, 2014, s. 29.

¹⁷ Mihalıs Kuyucu, “Televizyon ve Sosyal Medya”, *Dijital İletişim Bildiriler Kitabı*, İstanbul, İskenderiye Kitap, 2014, s. 49.

1.4. Yeni Medyanın Özellikleri

Yeni medyanın geleneksel medyadan farklı olan özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikleri dijitallik, etkileşimsellik, hipermetinsellik, yayılım, sanallık ve multimedya biçimselliği şeklinde sıralamak mümkündür.¹⁸

1.4.1. Dijitallik

Yeni medyanın özelliklerinden biri olan dijitallik, verilerin sayılara dönüştürülmesi anlamı taşımaktadır. Dijital kodlama, iletişim sektöründe yazılı metin, ses ve görüntülerin dijital olarak kodlanabilir hâle gelmesiyle kullanılmaya başlanmıştır.¹⁹ Yeni medya ortamlarında dijital kodlama sistemiyle oldukça fazla sayıda bilgi aynı anda aktarılabilir. Tüm veriler sayısal kodlara dönüşebilmekte ve depolanarak uzak mesafelerden bile çevrimiçi olarak erişilebilmektedir.²⁰ Örneğin, Twitter ortamında yer alan tüm verilerin dijital kodlama sistemiyle oluştuğunu söylemek mümkündür. Twitter üzerinde 140 karakterden oluşan metinler, dosya linkleri, fotoğraf ve video içerikleri dijital kodlama sistemiyle paylaşılmaktadır.²¹

1.4.2. Etkileşimsellik

Etkileşimsellik özelliği yeni medyanın temel özelliklerindendir. Yeni medya kullanıcılara geleneksel medyanın karşılayamayacağı ölçüde içerik oluşturma, bu içerikleri arama ve paylaşma ve diğer kullanıcılarla etkileşime girme imkânı sunmaktadır.²² Etkileşimsellik; uzamsal, zamansal, davranışsal ve zihinsel boyut

¹⁸ Eser Aygöl, “Yeni Medyada Nefret Söyleminin Üretimi: Bir Toplumsal Paylaşım Ağı Olarak Facebook Örneği”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, T.C. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Ankara, 2013, s. 58.

¹⁹ Martin Lister, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, Keiran Kelly, **New media: A Critical Introduction**, 2nd Edition, New York, Routledge, 2009, s. 18.

²⁰ Çomu, **a.g.t.**, s. 15.

²¹ Elif Şevik, “Yeni Medya ve Nefret Söylemi: Yeni Medyada Cinsel Yönelim Temelli Nefret Söylemi Üzerine Bir İnceleme”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli, 2015, s. 9.

²² Leah Lievrouw, Sonia Livingstone, “The Social Shaping and Consequences of ICTs”, **The Handbook of New Media**, London, Sage Pub, 2007, s. 25.

olmak üzere dört ayrı aşamadan oluşmaktadır. İlk aşama olan uzamsal boyut, iki yönlü ya da çok yönlü iletişimin kurulmasını sağlamaktadır. İkinci aşama eş zamanlılıkla ilgilidir. Eş zamanlılık etkileşimselliğin zamansal boyutu ile ilgilidir. Üçüncü aşama olan davranışsal boyut, gönderici ve alıcının herhangi bir zaman diliminde sürece müdahale edebilmeleri ve süreçte değişiklik yapabilmeleri anlamına gelmektedir. Zihinsel boyut ise kullanıcıların anlamı ve bağlamı kavrayarak çeşitli davranış ve tepkilerde bulunması olarak açıklanabilmektedir.²³ Twitter’da da kullanıcılar bu platformu ziyaret edebilir, paylaşılan tweetleri okuyabilir, yorum yapabilir ve beğenebilirler. Dolayısıyla da yaptıkları yorum veya beğeniler o platformdaki içeriğin bir parçası hâline gelmektedir.

1.4.3. Hipermetinsellik

Yunancada ‘hyper’ kelimesinden türetilmiş ve ‘ötesinde, dışında, üzerinde’ anlamlarına gelen hiper kelimesi arayüzde yer alan bir metnin diğer metinlerle olan ilişkisini ifade etmektedir.²⁴ Hipermetinsellik aktif ve seçici okuma ve yazma imkânı sunmakla beraber, görüntü, ses ya da metin öğeleri arasında geçiş yapmayı da hızlı ve kolay hâle getirmektedir.²⁵

Örneğin, bir web sayfasında hipermetinsellik özelliği taşıyan herhangi bir metin, fotoğraf, ses veya hareketli görüntüye tıklanmasıyla kullanıcının ulaştığı diğer içerik, bu özelliği somut hâle getirmektedir. Ulaşılan yeni içerikler, kullanıcıyı başka içeriklere götürmeye hazır pek çok hipermetin barındırmaktadır. Burada hipermedya kavramı oluşmaktadır.²⁶ Twitter üzerinde kullanıcılar takip ettikleri kullanıcılar tarafından atılan tweetleri okurken bu tweetler arasına yerleştirilmiş link ile başka bir

²³ Nuray Yılmaz, Sert, “Yeni Medyada Aktivist Hareketler Örnek İnceleme: Türkiye’de LGBTT Aktivizmi”, *Yeni Medya Araştırmaları: Kavramlar, Uygulamalar, Tartışmalar*, der. Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, İstanbul, Literatürk Yayınları, 2014, s. 287.

²⁴ Mutlu Binark, “Yeni Medya Dolayımı İletişim Ortamında Olanakların ve Ol (a) mayanların Farkında Olmalı”, *Evrensel Kültür*, 216, 2009, s. 60

²⁵ Erdem Alper Turan, “Yeni Medya Ortamları ile Dönüşen İzleyicinin Elektronik Sözlük ve Talk Show Ara Kesitinde İzlenmesi”, *Yeni Medya Araştırmaları: Kavramlar, Uygulamalar, Tartışmalar*, der. Ayşen Akyüz, 99-148, İstanbul, Literatürk Yayınları, 2014, s. 103.

²⁶ Stephanie Berger, “Breaking Up News – An Investment in the Online Newspaper’s Future? Effects of Linear and Nonlinear Hypertext Formats on Users’ Recall, Reading, Satisfaction, and Perceived Story Credibility”, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, University of Florida, Florida, 2001, s. 7.

sayfadaki metne yönlendirilmektedirler. Böylece bir metinden diğer bir metne hızla geçiş gerçekleşmektedir.²⁷

1.4.4. Yayılım

Yeni medya uygulamaları ağ desteği olan uygulamalardır. Ağ temelli yayılım arayıcılığıyla kullanıcılar farklı zamanlarda farklı içeriklere ulaşabilmektedirler. Yayılım özelliği, etkileşimsellik ve hipermetinsellik gibi yeni medyanın diğer özelliklerinin de sorunsuz çalışabilmesi için uygun ortam oluşturmaktadır.²⁸ Youtube, Twitter, Facebook, Dailymotion, LinkedIn, Pinterest, Instagram, Google Plus, Vine gibi paylaşım ağlarındaki metinler yayılım özelliği sayesinde bağlantı ya da kopyala-yapıştır yöntemiyle hızlı bir şekilde dolaşıma girmektedir.²⁹

1.4.5. Sanallık

Sanallık kullanıcının arayüz ile kurduğu iletişimin niteliğiyle ilgilidir ve kullanıcıya ‘anda olma’ hissini yaşatmaktadır.³⁰ Yeni medya kullanıcıları her türlü cihaz ve ortamlarda internet bağlantısıyla haberleşme sağlayabilmektedirler. Böylece bu kullanıcılar enformasyonu üreten ve dolaşıma sokan kişiler de olmaktadır.³¹

1.4.6. Multimedya Biçimselliği

Multimedya biçimselliği yeni medya ait diğer bir özelliktir. “*Göstergelerin, simge sistemlerinin, iletişim çeşitlerinin ve farklı veri türlerinin tek bir araçta toplanması*” anlamına gelmektedir.³² Multimedya biçimselliği kullanıcı türevli içerik üretimini desteklemektedir. Ayrıca multimedya biçimselliğinde sesler, imgeler, metinler ve

²⁷ Aygöl, **a.g.t.**, s. 65.

²⁸ Lister, **a.g.e.**, s. 33.

²⁹ Mutlu Binark, Koray Löker, **Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim İçin Bilişim Rehberi**, Ankara, STGM, 2011, s. 13.

³⁰ Binark, Löker, **a.e.**, s. 12.

³¹ Aygöl, **a.g.t.**, s. 69.

³² Mutlu Binark, “Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorunlar ve Yöntem Sorunu”, **Yeni Medya Çalışmaları**, der. Mutlu Binark, 21-44. Ankara, Dipnot, 2007, s. 21.

sayısal veriler bir arada bulunmaktadır.³³ Herhangi bir internet sitesinde metin, hipermetin, görsel, video veya müzik öğelerinin aynı anda bir arada bulunabilmektedir.³⁴ Kullanıcı türevli içerik üretimiyle de içerikler farklı kullanıcılara ulaşabilmektedir. Böylece fikir çeşitliliği artarken aynı zamanda da yeni medyada nefret içerikleri üretilip yayılmaktadır.³⁵

1.5. Yeni Medyanın Bireysel ve Toplumsal Açidan Etkileri

Yeni medyanın özellikleri kullanıcıları bu ortamlarda buluşturmaktadır. Dolayısıyla yeni medyanın kişilere, zaman ve yere, konuya göre değişen etkileri de olmaktadır. Güçlendirici, zayıflayıcı, tamamlayıcı ve olumlu-olumsuz etkilerden bahsetmek mümkündür.³⁶

1.5.5. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bakımından Etkisi

Katz, bireylerin toplumsal ve psikolojik kökenli ihtiyaçları olduğunu savunmaktadır. Bireyler bu ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla medya araçlarını kullanmaktadırlar. Böylece medya içerikleriyle belli bir doyuma ulaşmaları mümkün olmaktadır.³⁷

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre, kullanıcılar aktif, dirençli ve kişisel isteklerine göre seçim yapan kişilerdir.³⁸ Fiske'ye göre³⁹ bu yaklaşım, kullanıcıların medya araçlarını kullanarak gereksinimlerini gidermeleri üzerine odaklanır. Kullanıcılar, göndericiler kadar etkindir ve iletiler de kullanıcıların verdiği anlam bağlamında oluşur. Yeni medya kullanıcılarının doyum sağladığı kategoriler bulunmaktadır. Bunları kişisel kimlik, oyalanma, kişisel ilişkiler geliştirme, ve gözetim olarak sınıflandırmak mümkündür. Kullanıcılar gündelik yaşamın

³³ Binark, Löker, **a.g.e.**, s. 10.

³⁴ Çomu, **a.g.t.**, s. 26.

³⁵ Çomu, Binark, **a.g.e.**, s. 205.

³⁶ Toprak, **a.g.t.**, s. 15.

³⁷ Levent Yaylagül, **Kitle İletişim Kuramları**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2016, s. 73-74.

³⁸ İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdar, **Öteki Kuram: Kitle İletişimi Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi**, İstanbul, Erk Yayıncılık, 2010, s. 156.

³⁹ John Fiske, **İletişim Çalışmalarına Giriş**, 2. Basım, çev. Süleyman İrvan, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 2003, s. 194.

sorunlarından kaçmak ve duygusal boşalma yaşamak için yeni medya araçlarıyla oyalanmayı tercih etmektedirler. Ayrıca kurulan kişisel ilişkiler Twitter gibi yeni medya platformları sayesinde deneyimlerin ve toplumsal konuların paylaşılmasını ve tartışılmasını da sağlamaktadır. Yeni medya araçlarının kişisel kimlik üzerinde de etkisi bulunmaktadır. Bireyler bu ortamlarda kendileriyle ilgili gerçekleri keşfedebilmektedir. Ancak kullanıcılar özellikle de başkalarının hayatlarıyla kendi hayatlarını kıyasladıkları zaman, değer problemi yaşamaktadırlar. Gözetim işlevi bakımından bakıldığında da kullanıcıların yeni medya araçları arayıcılığıyla bilgiye oldukça hızlı bir şekilde ulaşip doyum sağladıkları söylenebilir.⁴⁰

1.5.6. İnternet Bağımlılığı Bakımından Etkisi

Yeni medya araçlarının kullanım alanlarının ve zamanlarının artmasıyla bu ortamlar çok fazla zaman geçirilen mecralara dönüşmüştür. Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Google+, Pinterest gibi yeni medya platformlarının sunduğu koşullar bireyleri sanal dünyaya bağımlı hâle getirmektedir. Bu bağımlılığın temelinde psikolojik ve fiziksel sorunlar ile ekonomik problemler yatmaktadır.⁴¹ Sanal ortamlarda vakit geçirmenin sağlık açısından da zararları bulunmaktadır. Bireyler kullanım ve doyumları karşılamak için yeni medya araçlarının başında çok fazla zaman geçirdiklerinde solunum sistemleri zayıflamakta ve hastalıklara karşı da savunmasız hâle gelmektedirler. Bununla birlikte sedanter oldukları için sırt ağrısı, kalp hastalığı gibi sağlık problemleriyle karşılaşabilmektedirler. Ayrıca internet bağımlılığının ailevi, akademik ve mesleki bozukluklara yol açtığı da söylenebilir.⁴²

1.5.7. Mahremiyet Bakımından Etkisi

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde bireylerin özel yaşam alanlarındaki davranışları, konuşmaları ya da paylaşımları uzak mesafelerden bile dinlenebilir ve görüntülenebilir durumdadır. Ayrıca bu konuşma ve davranışları

⁴⁰ Fiske, **a.g.e.**, s. 197-198.

⁴¹ Ali Murat Kırık, **Sosyal Medya ve İnternet Ortamında Viral Reklamcılık**, Konya, Çizgi Kitabevi, 2017, s. 97.

⁴² Toprak, **a.g.t.**, s. 18.

kitlelere yaymak da oldukça kolaylaşmıştır. Mahremiyete ilişkin tehditlerin kaynağı üç şekilde ifade edilebilir. Bunlar; ifşa etme, merak ve gözetlemedir. Bireyler yeni medya platformlarını kullanarak kendilerini ifşa edebilmektedirler. Gönüllü olarak bu platformlarda paylaşılan içerik ve görüntülerle bu ifşa mümkün olmaktadır. Diğer bir tehdit kaynağı olan merak da karşımıza bireylerin bu ortamlardaki sosyal çevresinde nelerin meydana geldiğini ve kişilerin mahrem alanlarında nelerin gizli kaldığını merak etmeleri şeklindedir. Kitle iletişim araçları ve sosyal medya platformları bu merakı gidermede oldukça etkilidir. Bunların dışında yeni medya ortamlarında gözetleme de sosyal kontrol araçlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum; ebeveynlerin çocuklarını, öğretmenlerin öğrencilerini, yöneticilerin çalışanlarını gözetlemesi şekilleriyle karşımıza çıkmaktadır.⁴³

1.5.8. Kişilerarası İletişim Bakımından Etkisi

Fromm, bireylerin aidiyet hissederek, üreterek, toplum ile etkileşim ve paylaşım hâlinde olarak ihtiyaçlarının karşılanması gerektiği üzerinde durmuştur.⁴⁴ Dolayısıyla bireyler arasında iletişimin kurulmasının önemli olduğu söylenebilir. Kullanıcılar yeni medya platformlarında birbirlerinin paylaşımlarına yorum yapmakta, birbirlerinin gönderilerini beğenmekte ve birbirleriyle görüntülü konuşma dahi yapabilmektedirler. Yeni medya ortamlarının mekân sınırlılığının olmaması, kolay, zahmetsiz ve maliyetsiz iletişim sağlaması bireylerin karşılıklı iletişimine de olumlu etkiye bulunmaktadır.⁴⁵ Ancak yeni medya platformlarında sık vakit geçiren bireyler yüz yüze iletişim kurmaya daha az gereksinim duymaya başlamaktadır.⁴⁶

1.5.9. Toplumsal Hareketler Bakımından Etkisi

⁴³ Mehmet Yüksel, “Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 58-1, 9(4), 2014, s. 185-187.

⁴⁴ Adem Solak, *İnsan İlişkileri ve İletişim*, Ankara, Hermes Basımevi, 2009, s. 191.

⁴⁵ Gülsüm Çalışır, “Kişilerarası İletişimde Kullanılan Bir Araç Olarak Sosyal Medya: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”, *Humanities Sciences*, 10 (3), 2015, s. 140.

⁴⁶ Aysun Kaya, “Sosyal Paylaşım Ağlarının Kişilerarası İletişim Sürecine Etkisi Bağlamında Facebook”, *Sosyal Medya Araştırmaları – 1*, ed. Ali Büyükaslan, Ali Murat Kırık, Konya, Çizgi Kitapevi, 2017, s.199.

Yeni medya araçları belli meselelere odaklanarak toplumsal konularla ilgili farkındalık yaratmakta ve ana akım medyada yer verilmeyen konuları dolaşımına alarak etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Yeni medya ortamları, kullanıcıların tüm dünyadaki toplumsal hareketlere yönelik eylem yaratmak üzere örgütlendikleri ve seslerini duyurdukları mecralar konumundadır.⁴⁷ Toplumsal hareketlerin çevre, politik uygulamalar, eğitim ve özgürlükler gibi sosyal sorunlardan beslendiğini söylemek mümkündür. Yeni medya platformlarını kullanan kullanıcılar, bu sorunlar karşısında daha kolay bir şekilde örgütlenerek seslerini duyurma ve daha geniş kitlelere ulaşma imkânı bulmaktadırlar.⁴⁸ Gezi olayları, kadına karşı şiddet ve tecavüz vakaları, iklim grevleri gibi konulardaki örgütlenmeler gibi sayısız örnekler verilebilir.

1.5.10. Benlik Sunumu Bakımından Etkisi

Goffman⁴⁹ günlük hayatta bireylerin benliklerini sergilediklerini belirtmektedir. Benlik, günlük hayatta belli bir karakteri canlandıran bireylerin diğer bireylere vermeye çalıştıkları imaj olarak değerlendirilmektedir. Sosyal ağlarda sergilenen davranışlar bireylerin benlik sunumlarının ve kimlik algılarının bir parçasını oluşturmaktadır. Yeni medya ortamları bireylere kişisel normları, anlamları ve genel kabulleri ile bireysel kimliklerinin yapılandırılması için ortam sunmaktadır.⁵⁰

1.5.11. Kimlik Değişimi Bakımından Etkisi

Yeni medya ortamlarında kimlik sunumu; görüntü ve imaj yaratma, tüketime yönelme, serbest zamanları değerlendirme ve rol yapma gibi davranışlarla ortaya çıkmaktadır.⁵¹ Sanal ortamların gerçek kimliği deformasyona uğratmasıyla sanal kimlikler yaygınlaşmaktadır. Sanal kimlik bireylerin kendilerini ifade etme biçimi olarak seçtiği bir yöntemdir. Kişiler birbirlerine karşı nasıl görünmek ve nasıl algılanmak istiyorsa

⁴⁷ İdil Sayımer, “Yeni Medya Ortamlarında Ağlar Oluşturan Toplumsal Hareket Deneyimleri”, *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi*, 2(2), 97–112, 2014, s. 103.

⁴⁸ Kezban Karagöz, “Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri”, *İletişim ve Diplomasi*, 1, 2013, s. 139.

⁴⁹ Erving Goffman, *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*, çev. Barış Cezar, İstanbul, Metis Yayınları, 2014, s. 234.

⁵⁰ Karagöz, *a.g.e.*, s. 139.

⁵¹ Ahsen Armağan, “Kimlik Yapılarında Değişim ve Sanallaşan Kimlik Sunumları”, *Akademik Bakış Dergisi*, (37), 2013, s. 18.

bu yönde sanal kimlikler oluşturmaktadırlar. Dolayısıyla beğeni, kabul görme ve onaylanma gibi arzular yeni medya ortamlarına kaymıştır.⁵²

1.5.12. İfade Özgürlüğü Bakımından Etkisi

Yeni medya teknolojileri; çift yönlü iletişim sağlayan, bilginin küresel alanda eş zamanlı olarak paylaşılmasına destek olan ve kontrol edilemeyen bir ortam sunmaktadır. İfade özgürlüğü demokratik toplum yapısının temel taşlarından. Demokratik toplumlarda bireylerin ifade özgürlüğü ve katılım özelliğinin sağlanabilmesi genel ve gündemle ilgili doğru bilgiyi alması gerekir. Bunun sağlanabilmesi için iletişim araçlarının varlığı ve erişimi gereklidir. Yeni medya teknolojilerinin sağladığı iletişim çok yönlü olduğundan anında bilgi paylaşımı mümkün olmaktadır. Dolayısıyla bu olanaklar demokrasinin temel yapı taşlarından olan özgür ifade ve katılım haklarını desteklemekte ve bunlara olumlu katkı sağlamaktadır.⁵³

1.5.13. Kamusal Alan ve Gündem Belirleme Bakımından Etkisi

Yeni medya ortamlarında bireyler siyasete katılabilmekte, sanal forumlarda tartışma imkânı bulmakta, toplumdaki muhalif seslere ve alternatif gruplarla haberleşme ve ifade imkânı bulmaktadırlar. Küreselleşmenin bir aracı olan internet teknolojisi sayesinde küresel çapta dolaşıma giren bir enformasyon ağı sunulmaktadır. Bu enformasyon ağı ile birlikte bireyler, gruplar ve örgütler küresel düzeyde iletişim imkânı elde etmektedirler. Bunu McLuhan'ın deyimiyle 'küresel bir köy' ile ifade etmek mümkündür.⁵⁴ Dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen olayların tüm dünyanın meselesi olarak gündeme gelmesi ve üzerinde tartışılabilmesi yeni medya teknolojisi ile mümkün olmaktadır. Yeni medya platformlarının bir haber ajansına,

⁵² Yahya Turan, "Sosyal Medyanın Kimlik Gelişimindeki Rolü", *Uluslararası Kişilik ve Karakter İnşasında Dinin Yeri Sempozyumu, 10-12 Haziran 2016*, ed. Yavuz Ünal, Şevket Pekdemir, Yusuf Bahri Gündoğdu, Orhan İyibilgin, Sait Kar, Ordu, 2016, s. 399.

⁵³ Gözde Dedeoğlu, "İnternet ve Demokrasi: Doğru Bilgi, Özgür İletişim, Katılım ve Eşitlik Bağlamında İnternet ve Demokrasi İlişkisi", *XVIII. Türkiye'de İnternet Konferansı, İstanbul Üniversitesi, 9-11 Aralık 2013*, İstanbul, 2013, s. 12.

⁵⁴ Gülüm Şener, "İnternet ve Demokrasi İlişkisine Dair Eleştirel Bir Yaklaşım", *İnet-Tr-XI "Türkiye'de İnternet" Konferansı, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, 21-23 Aralık*, 63-67, Ankara, 2006, s. 65-66.

kullanıcıların ise muhabirlere dönüştüğü görülmektedir. Bu platformlarda yer alan haberler geleneksel medyada da gündemi belirleyebilmektedir. Sabah Twitter’da gündeme gelen bir olay, akşam ana haberde de verilebilmektedir. Twitter, siyasiler ve gazeteciler tarafından düzenli kullanılmaya başlanınca haber alma ve kaynak gösterme aracı haline gelmiştir.⁵⁵

1.6. Bir Sosyal Medya Ağı Olarak Twitter

Web 2.0 teknolojisi dinamik yapısıyla kullanıcıları hem içerikleri üreten hem de içerikleri tüketen bir konuma getirmiştir. Kullanıcılar internet ortamında blog ve sosyal ağları kullanarak iyi derecede yazılım bilgisi gerekmeden kolay şekilde içerik üretebilmekte ve bu içerikleri güncelleyip paylaşabilmektedirler.⁵⁶ Toffler’ın “tüketen-üretici” kavramında producer (üretici) ve consumer (tüketici) kelimeleri yer almaktadır. Endüstriyel dönemde tüketicilerin sayısının azalacağı ve bu tüketicilerin yerine kullandıkları ürünlerin ve aldıkları hizmetlerin neredeyse tamamını kendileri üreten üreticilerin olacağı belirtilmektedir.⁵⁷ Sosyal ağların anlık ve hızlı, gönüllülük esasına dayalı, kimlik paylaşımını ve ifade özgürlüğünü ön planda tutan, maliyeti düşük, etkileşime ve diyaloga açık yapısı Twitter’ın oldukça fazla sayıda üreticinin yer aldığı yeni medya ürünü olarak kabul edilmesini sağlamaktadır.⁵⁸ Yeni medyanın etkileşimlilik, eş zamansızlık ve kitlesizleştirme olarak bilinen üç özelliğine bakıldığında da Twitter’ın etkileşimlilik kavramıyla birebir örtüştüğünü görmek mümkündür.⁵⁹ Üreticinin, metnin ve tüketicinin bir arada olduğu Twitter, içinde hipermetni de barındırması sebebiyle etkileşimin yanı sıra metin ve medyaların bağlantısını da ortaya çıkarır. Böylece kullanıcıların birbirleriyle yalnızca belli bir

⁵⁵ Ayşad Güdekli, “Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Yazılı Basın ile Twitter Gündeminin Karşılaştırmalı Analizi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 2016, s. 155.

⁵⁶ Ferhan Odabaşı, Özge Mısırlı, Selim Günüş, Zeynep Şahin Timar, Mehmet Ersoy ve diğerleri. “Eğitim için Yeni Bir Ortam: Twitter”, *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 2(1), 2012, s. 94.

⁵⁷ Meltem Cemiloğlu Altunay, “Gündelik Yaşam ve Sosyal Paylaşım Ağları: Twitter ya da "Pıt Pıt Net"”, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (12), 2010, s. 35. 31-56.

⁵⁸ Can Bilgili, Gülüm Şener, *Sosyal Medya ve Ağ Toplumu: Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler*, İstanbul, Grafik Tasarım Yayıncılık, 2013, s. 6.

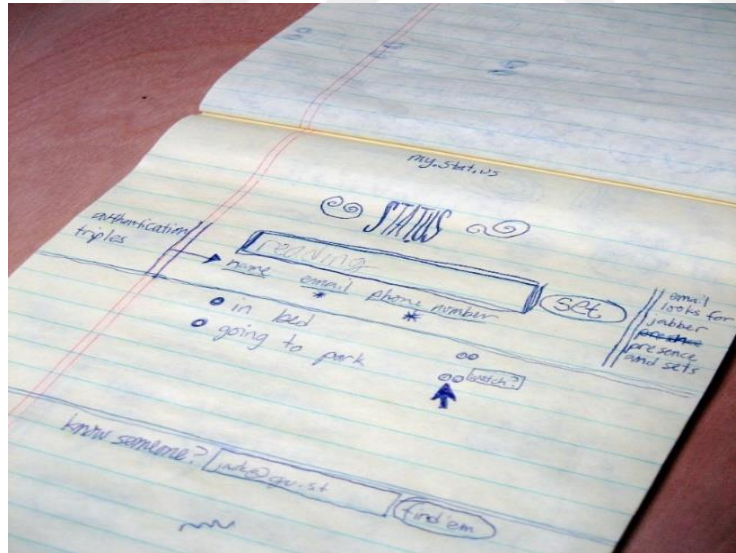
⁵⁹ Haluk Geray, *İletişim ve Teknoloji: Ulusal Medya Düzeninde Yeni Medya Politikaları*, İstanbul, Ütopya Yayınları, 2003, s. 18.

iletişim türüyle bağlantı kurmadıkları, hipermetnin sağladığı imkânlarla da iletişimlerini çeşitlendirdiklerini söylemek mümkündür.⁶⁰ Twitter üretici ve tüketicileriyle sürekli büyüyen bir platform hâline gelmektedir. We Are Social 2020 raporuna göre, Twitter'ın aktif kullanıcı sayısı 340 milyondur.⁶¹ Türkiye'deki aktif kullanıcı sayısı ise 2019 yılında 9 milyon iken, 2020 yılında 11.8 milyona ulaşmıştır. Türkiye, bu sıralamayla Twitter'ı en fazla kullanan ülkeler arasında dünyada 6. Avrupa'da ise 2. sırada yer almaktadır.⁶²

1.7. Twitter Kavramı

2006 yılında teknoloji girişimcileri Jack Dorsey, Evan Williams ve Biz Stone tarafından SMS (kısa mesaj) aracı olarak geliştirilen Twitter, oldukça basit ara yüzüyle içerik oluşturmayı kolay bir hâle getirmektedir.⁶³ Twitter, San Francisco podcast şirketi tarafından bir harf eksik olarak "Twtr" adıyla başlatılmıştır.⁶⁴

Resim 1.1. Jack Dorsey'in Twitter Çizimi



Kaynak: Betül Erden, "Twitter 6 Yaşında", <http://www.teknobeyin.com/twitter-6-yasinda.html>, Erişim Tarihi: 25.03.2012.

⁶⁰ Massimo Baldini, *İletişim Tarihi*, çev. Gül Batuş, İstanbul, Avcıol Basım Yayın, 2000, s. 97.

⁶¹ "DIGITAL IN 2020", <https://wearesocial.com/digital-2020>, Erişim Tarihi: 30.01.2020.

⁶² "DIGITAL 2020: TURKEY", <https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey>, Erişim Tarihi: 18.02.2020.

⁶³ Altunay, **a.g.m.**, s. 36.

⁶⁴ Tim O'Reilly, Sarah Milstein, **The Twitter Book**. Sebastopol, O'Reilly Media, 2009, s. 5.

Twitter, World Wide Web’te veya akıllı telefon uygulaması üzerinden, 280 karakter ile sınırlandırılmış biçimde kullanıcıların “tweet” adı verilen gönderileri oluşturabildiği sosyal bir ağıdır. Tweet kelimesi Türkçe’de “cıvıltı” anlamına gelmektedir.⁶⁵ Marka imajını belirleyen kuş, tweetlerin yararsız kuş cıvıldamaları olduğuna işaret etmektedir.⁶⁶ Twitter, kullanıcıların gerçek hayatlarında içinde bulundukları o anda ne yaptıklarını takipçilerine kısa mesajlarla aktardıkları sosyal bir platformdur.⁶⁷ Ancak Kasım 2009’da Twitter’ın etiket satırı “Ne Yapıyorsun?” sorusu yerine “Neler olup bitiyor?” olarak değişmiştir. Twitter’ın kurucu ortaklarından olan Biz Stone, Nisan 2009’da trending topics (tt) özelliğini geliştirdiğinde Twitter’ın yeni amacını aktarmış ve Twitter’ın bir ne var-ne yok makinası ya da “şu anda neler olup bittiğini bulmak için keşif motoru” olduğunu belirtmiştir.⁶⁸

Timeline “izleme ve takip etme” olgusunu alan Twitter, güncel haberlerin bulunduğu ve sosyal medyanın nabzını tutan bir araçtır.⁶⁹ Twitter üzerinden yardım kampanyaları düzenlenerek pek çok insanı herhangi bir konu hakkında bilgilendirmek mümkünken aynı zamanda bir sorun etrafında örgütlenme, doğal afetler, başkanlık seçimleri, mesleki ve kişisel gelişim paylaşımları gibi konular ya da Arap Baharı, Gezi Parkı gibi siyasi ve toplumsal olaylar hakkında insanların örgütlenebildiğini görmek de mümkündür.⁷⁰ Twitter’ın olay yerinden bildirme algısını güçlendiren bir mecra olması, enformasyon sağlaması ve bunun üzerinden insanların zihinlerini kontrol edebiliyor olması onu diğer sosyal ağlardan ayıran bir özellik olmaktadır.⁷¹ Twitter’ın siyasetten sanata ve spor kültürüne kadar çeşitli aktivitelerde hayranlarla idolleri

⁶⁵ Ali Korkmaz, “Yeni Toplumsal Hareketler ve Twitter”, *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar ve Twitter*, ed. Selva Ersöz Karakulakoğlu, Özge Uğurlu, Ankara, Heretik, 2015, s. 98.

⁶⁶ Richard Rogers, “Twitter’ı Sıradanlıktan Kurtarmak”, *Twitter ve Toplum*, der. Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt, Cornelius Puschmann, çev. Emre Erbatur, İstanbul, Kafka, 2016, s. 12.

⁶⁷ Sayımer, *a.g.m.*, s. 128.

⁶⁸ Rogers, *a.g.m.*, s. 17-18.

⁶⁹ Mete Ogün Parlak, “Yeni Medya ve Haberciliğin Dönüşümü: Gazetecilik Mecrası Olarak Twitter”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2019*, s. 57.

⁷⁰ Bilge Sönmez, “Sosyal Medya ve Ortaöğretim Öğretmenlerinin Facebook Kullanım Alışkanlıkları”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2013*, s. 25.

⁷¹ Dağhan Irak, Onur Yazıcıoğlu, *Türkiye ve Sosyal Medya*, İstanbul: Okuyan Us, 2012, s. 28.

arasındaki ilişkiyi koruyan önemli bir araç olduğunu söylemek mümkündür.⁷² Özellikle de spor etkinlikleri, Twitter'daki en popüler konular arasında öne çıkmakta ve bununla birlikte taraftarların kendi yorumlarını paylaşmak için kanal işlevi görmektedir.⁷³

1.8. Twitter Terminolojisi

Tweet: 280 karakterle oluşturulmuş ve kullanıcıların herhangi bir konu hakkında düşüncelerini belirttikleri paylaşımlardır. Tweetler sadece metinden oluşmakla birlikte fotoğraf veya video formatıyla da paylaşılabilir. ⁷⁴

Retweet: Kullanıcılarının kendi hesaplarından paylaştıkları gönderilerin kendi takipçilerine yönlendirilerek paylaşılmasıdır. ⁷⁴ Twitter kullanıcıları retweet yoluyla kendilerine sunulan içerikleri yalnızca tüketmemekte, aynı zamanda bu içerikleri yayıp üretici konumuna da geçebilmektedirler.

Trending Topic (TT): Twitter'da en çok söz edilen ve popüler hâle gelen konuların ilk 10 konu arasında sıralanmasıdır. Bu özellikle Twitter kullanıcıları dünyada veya bulundukları bölgede en çok hangi konuların konuşulduğunu öğrenebilmektedirler. Kullanıcıların trending topics listesini kişiselleştirerek kendi beğeni ve takiplerini de listelemeleri mümkün olmaktadır.

Mention: Kelimenin Türkçe'deki karşılığı bahsetmektir. Twitter'da başka kullanıcıları etiketlemek için kullanılır. İşareti @ şeklindedir. Mention işaretinden sonra kullanıcı adı yazılarak (@kullanıcıadı) yapılmaktadır.

⁷² Axel Bruns, Katrin Weller, Stephen Harrington, "Twitter ve Spor: Yeni ve Yerleşik Pazarlarda Futbol Taraftarlığı", *Twitter ve Toplum*, der. Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt, Cornelius Puschmann, çev. Emre Erbatur, 354-374, İstanbul, Kafka, 2016, s. 354.

⁷³ Tim Highfield, "Sarı Formayı Takip Etmek: Fransa Turunu Tweetlemek", *Twitter ve Toplum*, der. Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt, Cornelius Puschmann, çev. Emre Erbatur, İstanbul, Kafka, 2016, s. 339.

⁷⁴ Michael Kuyucu, "Türkiye'deki Popüler Müzik Yorumcularının Twitter Kullanımına Yönelik Bir Araştırma", *Sosyal Medya Araştırmaları*, ed. Ali Büyükaslan, Ali Murat Korkmaz, Konya, Çizgi Yayınları, 2016, s. 255.

Direct Message (DM): Bir kullanıcının diğetine gönderdiği özel mesaj anlamına gelmektedir. Mesaj gönderilebilmesi için kullanıcıların birbirlerini karşılıklı olarak takip etmeleri gerekmektedir; ancak dilenirse mesaj alma ayarı etkinleştirilerek herkesten mesaj alınabilme imkânı vardır.

Hashtag (#): Twitter’da tüm kullanıcıları ortak bir konu hakkında konuşmaya davet eder. Bu şekilde kullanıcılar bir konu çerçevesinde ne tartışıldığını görüp kendi düşüncelerini paylaşabilmektedir.⁷⁵ Seçilen anahtar kelimenin başına # işareti konularak arama yapılır. Bu kelimelerin birleşik yazılması gerekmektedir. Böylece dünya üzerinde aynı hashtagi içeren tüm tweetler zaman sırasına göre sıralanmaktadır.

⁷⁵ Çiğdem Aytekin, Cem Sütçü, “Sosyal Medyada Twitter Konuşma Diline İlişkin Bir Araştırma: Ortak Hashtag Kullanımı ile Kullanıcı Profili Arasındaki İlişki”, *2nd International Symposium on Language and Communication: Exploring Novelities (ISLC), June (17-19), İzmir, Turkey, 2013*, ISBN: 978-605-86159-5-3, İzmir, 2013, s. 1865.

İKİNCİ BÖLÜM

TARAFTARLIK KAVRAMI, YENİ MEDYA VE NEFRET SÖYLEMİ

Bu bölümde söylem kavramından başlanarak, nefret söylemi kavramı, nefret söylemlerinin çeşitleri ve nefret suçu kavramı tanımlanmıştır. Daha sonra yeni medya ve nefret söylemi kavramı ilişkilendirilerek aktarılmıştır. Tezin genel konusu itibariyle de son kısımda taraftarlık kavramı, fanatizm ve holiganizm kavramlarının şiddetle ilişkisi, taraftarlık ve nefret söylemi ilişkisi, 6222 sayılı kanunun çerçevesine değinilmiştir.

2.1. Söylem Kavramı

Etimolojik köken olarak söylem kavramı, Latince “discurrere” kelimesi ile “uzaklaşma”, “erime”, yayılma” ve “discursus” kelimesinin çeşitli sürümlerine karşılık gelmektedir.⁷⁶ Foucault, söylemin bir dil pratiği olduğunu belirtmektedir. Ona göre söylem; “*ideoloji bilgisi, anlatım, ifade tarzı, müzakere, güç ve gücün mübadelesiyle eyleme dönüşen dil pratikleri*” olarak tanımlanmaktadır. Sosyal davranış biçimleri bir anlam içerdiğinden söylemsel bir özellik taşımaktadır. Söylem kişilerin bireysel özelliklerini, sosyal çevresini, düşünce yapısını ve algı dünyasını da ele vermektedir. Foucault’a göre her birey birbirinden farklıdır ve bu farklılık doğal olarak söylemlerin de birbirinden farklı olmasına sebep olmaktadır.⁷⁷

Van Dijk, toplumsal denetimin sağlanması için söylemlerin denetlenmesinin veya söylemlerin üretilmesi gerektiğinden bahsetmiştir. Toplumda iktidarı kontrol etmek için yalnızca söylemleri ya da eylemleri değil, metin ya da konuşma grubunda olan spesifik söylem uygulamalarını da denetim altında tutmak gerekmektedir.

⁷⁶ Edibe Sözen, *Söylem: Belirsizlik, Mübadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite*, İstanbul, Paradigma Yayınları, 1999, s. 19.

⁷⁷ Michel Foucault, *Söylemin Düzeni*, çev. Turhan Ilgaz, İstanbul, Hil Yayın, 1987, s. 27.

Dolayısıyla söylemleri sadece metinsel olarak değil, bağlamsal açıdan da dikkate almak gerekmektedir. Söylemlerin kontrol edilebilmesinin temel şartı bağlamanın kontrol edilmesinden geçmektedir. Van Dijk'a göre bağlam, bireylerin kendi zihinlerinde gerçekleştirdiği öznel yorumlama pratiğidir.⁷⁸

Eleştirel söylem analizinin kuramcısı Teun van Dijk, iktidar ve dil arasında da bir ilişki olduğunu savunmaktadır. Bu sebeple söylemleri ideolojiden ayrı tutmamak gerekir. İnsanlar inançlarını, tutumlarını, temsil ve ideolojilerini söylemler arayıcılığıyla kurarlar. Bireyler bu ideolojik fikirlerin çoğunu ilk başta akranlarından ve ailelerinden öğrenmektedirler. Daha sonra da ideolojileri televizyon, gazete ve reklamlar gibi medya kanalları, günlük konuşmalar ya da kitaplar arayıcılığıyla öğrenmektedirler.⁷⁹ Mahmut Çınar ise söylem kavramını modern iktidarın kendisini kurup güçlendirme ve tartışılmaz kılma araçlarından biri olarak nitelendirmektedir.⁸⁰ Söylem genellikle ideoloji yerine kullanılan bir kavramdır. Althusser için ideoloji bireyleri özneler olarak konumlandırmaktadır ve bireylerin kendi başlarına karar alabilen bireyler olarak algılanmalarını sağlamaktadır.⁸¹

İktidar söylemler aracılığıyla zihinleri kontrol etmek istemekte ve ideolojilerin yeniden üretilmesini, günlük ifadelerin içinde bulunmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla söylemler ideoloji, ırkçılık ve etnik önyargı gibi konularda daha belirgindir. Nefret söylemleri de bu ideolojiler, ırkçı ve etnik önyargılar üzerinden kurulmakta ve dolaşıma sokulmaktadır.⁸² Ayrımcılık ise egemen ideoloji ve egemen ideolojinin savunucusu olan baskın grup/gruplar tarafından sözlü veya yazılı olarak üretilmektedir.⁸³

⁷⁸ Teun Van Dijk, "Söylem ve İktidar", *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*, çev. Pınar Uygun, haz. Ayşe Çavdar, Aylin B. Yıldırım, 9-44. İstanbul, Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2010, s.13-14.

⁷⁹ Teun van Dijk, *Söylem ve İdeoloji*, der. Barış Çoban, Esra Özarslan, 14-109. İstanbul, Su Yayınları, 2003, s. 271.

⁸⁰ Mahmut Çınar, "Habercilik ve Nefret Söylemi", *Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar Mecralar Tartışmalar*, ed. Mahmut Çınar, İstanbul, Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2013, s.138.

⁸¹ Ayhan Selçuk, Mustafa Şeker, *Danıştay Saldırısı Haberlerinde Söylem ve İdeoloji*, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2012, s. 33.

⁸² Aygöl, *a.g.m.*, s. 99-100.

⁸³ Çınar, *a.g.e.*, s. 141.

2.2. Nefret Söylemi Kavramı

Nefret aslında her insana özgü olan bir duygudur. Ancak bir ideolojinin içinde yer aldığı anda, insanlar ve ötekiler kendilerini bu ideolojinin belirlediği bağlamda konumlandırmaya başlamaktadırlar. Dolayısıyla nefretin bir kimliğin parçası olması ile duygu olan nefretin birbirinden ayırt edilmesi gerekmektedir.⁸⁴ Aslında cinsiyet, etnik kimlik, ten rengi, din, kültür farkı gibi özelliklerle ayrımcılık yapılarak oluşan nefret duygusu, nefret söylemi kavramını ortaya çıkarmaktadır.⁸⁵ Nefret söyleminin kesin kabul görmüş bir tanımlaması olmasa da yaygın biçimde kabul edilen tanımlamalar bulunmaktadır. Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin (AKBK) 1997 yılında yayınladığı (97) 20 sayılı Tavsiye Kararı'nda nefret söylemi: *“yabancılarla karşı düşmanlık, ırkçı nefret, azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenli insanlara yönelik saldırgan ulusalcılık ve hoşgörüsüzlüğe dayalı etnik merkezlik, ayrımcılık ve düşmanlık şeklindeki nefret şekillerini yayan, kışkırtan, teşvik eden veya meşrulaştıran her türlü ifade biçimi”* şeklinde tanımlanmaktadır.⁸⁶ Tarloch McGonagle, nefret söyleminin, nefretten yola çıkarak başlayan ve suistimale, hakaret ve önyargıya dayanan sıfat ve kelimelerle oluşturulan söylemler olduğunu ifade etmiştir.⁸⁷

Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM) ise nefret söyleminin demokratik toplumlarda hoşgörüsüzlüğü yayan ve savunan her türlü ifadeyi kapsadığını belirtmiştir.⁸⁸ Dolayısıyla nefret söyleminin önyargılardan beslenen, hoşgörüsüzlük temelli nefreti yayan ve savunan ifade biçimlerini kapsamına aldığını söylemek mümkündür. Nefret söylemin politik bir boyutu da olduğu için demokratik düzeni yaraladığı söylenebilir. Demokrasi sayesinde üstesinden gelinmiş gerici fikir ve

⁸⁴ Kenan Çayır, “Ayrımcılığın Sosyolojisi ve Türkiye Toplumu”, *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*, haz. Ayşe Çavdar, Aylin B. Yıldırım, 45-54. İstanbul, Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2010, s. 48.

⁸⁵ Kevin Boyle, “Hate Speech – The United States Versus the Rest of the World?”, *Maine Law Review*, 53, 2001, s. 489. 488-502

⁸⁶ Anne Weber, “Nefret Söylemi El Kitabı”, çev. Metin Çulhaoğlu, <http://www.ihop.org.tr/> Erişim:10.04.2011.

⁸⁷ Tarlach McGonagle, “Wrestling (Racial) Equality from Tolerance of Hate Speech”. *Dublin ULJ*, 23, 21, 2001, s. 23.

⁸⁸ Ulaş Karan, “Nefret İçerikli İfadeler, İfade Özgürlüğü ve Uluslararası Hukuk”, *Nefret Söylemi ve Nefret Suçları*, der. Yasemin İnceoğlu, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2012, s.84.

teorilerin canlanmasına neden olmaktadır.⁸⁹ Çavdar, nefret söyleminden sıyrılamayan toplumların demokrasiye uzak olduğunu ifade etmektedir.⁹⁰ Nefret söylemi özellikle çekişmenin ve rekabetin olduğu durumlarda sıklıkla görülmektedir. Dolayısıyla siyasi yapıların ve sporun içinde kendisine çok fazla yer bulmaktadır.⁹¹ Nefret söylemi hegamonik olanın kendi iktidarını koruma yollarından biridir. İktidarlar, kendilerini tanımlamak için söylemler üretmektedirler ve bu söylemlerle kendileri gibi olmayanı ötekileştirmektedirler.⁹² Nefret söylemi ben ya da biz algısı içinde üretilmektedir. Bu iki kelime güç sahipliği ve iktidarı temsil etmektedir. Nefret söylemi yapılan grup ise ötekiler algısıyla üretilmektedir. Bu kelimeler de iktidar tarafından yok sayılan, dışlanan ve hatta aşağılanan azınlık, eşcinseller, yabancılar, yoksullar gibi toplumun dışına itilmiş grupları temsil etmektedir.⁹³ Irk ya da dini görüşler üzerinden üretilen nefret söylemleri; soy, engellilik durumu, cinsiyet, ekonomik durum gibi faktörleri de kapsayarak genişlemiştir.⁹⁴

Rafal Pankowski'nin (2007) tanımında olduğu gibi nefret söylemi, kişi ya da grupları aşağılarken, bu kişi ya da grupların ırkını, yaşını, cinsiyetini, dinini, etnik kökenini, cinsel yönelimini, engellilik durumunu, politik görüşlerini, mesleğini, ekonomik durumunu, dış görünüşünü, zihinsel kapasite gibi özellikleri kapsamaktadır.⁹⁵ Nefret söylemi kapsadığı kişi ya da grupları ötekileştirmektedir. Nefret söylemlerinin üretilmesiyle bu kişi ya da gruplar üzerindeki baskı da artmaktadır. Böylece nefret söylemine uğrayan kişiler sessizleşip pasifleşmekte, demokratik sisteme eşit bir şekilde katılma motivasyonlarını yitirmektedir. Demokratik toplumlarda farklı bakış açıları açık bir şekilde ifade edildiği için böyle toplumlarda karşılıklı saygı ve hoşgörü

⁸⁹ Boyle, **a.g.m.**, s. 493.

⁹⁰ Ayşe Çavdar, Aylin Yıldırım, **Nefret Suçları ve Nefret Söylemi**, İstanbul, Uluslararası Hrant Dink Vakfı, 2010, s. 48.

⁹¹ Laura Beth Nielsen, "Subtle, Pervasive, Harmful: Racist and Sexist Remarks in Public as Hate Speech", *Journal of Social Issues*, 58(2), 2002, s. 279. 265-280.

⁹² Merve Apsar, "Dijital Medyada Fanatizm: Futbola İlişkin Sosyal Ağlarda Nefret Söylemi", **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2014.

⁹³ Aygöl, **a.g.t.**, s. 21.

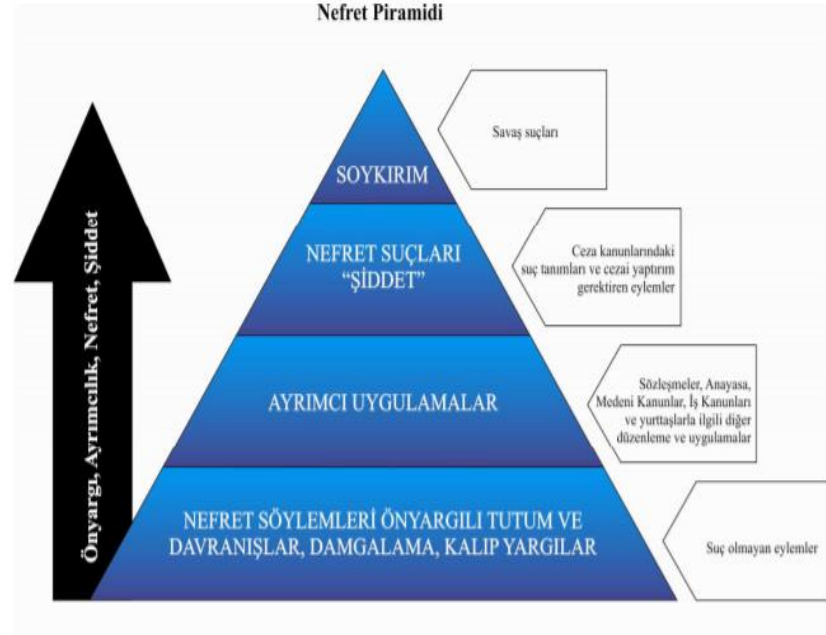
⁹⁴ Mürsel Şahin, "Bir Siyasal İletişim Unsuru Olarak Nefret Söyleminin Spor Müsabakalarına Yansıması: Twitter Örneği", **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2018, s. 27.

⁹⁵ Sevilay Çelenk, "Ayrımcılık ve Medya", *Televizyon Haberciliğinde Etik Sorunlar*, ed. Bülent Çaplı, Hakan Tuncer, Ankara: Fersaa Matbacılık, 2010, s.215.

esastır. Ancak nefret söylemi, bu saygı ve hoşgörünün yok olmasına neden olmaktadır. Hedefteki gruplar toplumun bir parçası olmadıklarını hissettiklerinde ve bu demokratik ortamdan dışlandıklarında ya motivasyonlarını kaybederler ya da demokratik topluma sundukları katkılar taraflı olarak değerlendirilir.⁹⁶

Nefret söylemlerinin üretilmesinde stigma (damga), stigmatizasyon (olumsuz etiketlemeler), stereotipler, önyargılar, ayrımcılık gibi bir takım söylemsel pratikler rol oynamaktadır.⁹⁷ Ayrıca bu pratiklere homofobi ve zenofobi de dahil edilebilir. Bu roller genel hâliyle nefret piramidinde sunulmuştur:

Resim 2.1. Nefret Piramidi



Kaynak: Hakan Ataman, "Nefret Suçlarını Farklı Yaklaşımlar Çerçevesinden Ele Almak: Etik, Sosyo-Politik ve Bir İnsan Hakları Problemi Olarak Nefret Suçları", *Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları*, der. Yasemin İncoğlu, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2012, s. 62.

⁹⁶ David O. Brink, "Millian Principles, Freedom of Expression, and Hate Speech", *Legal Theory*, 7(2), 2001, s. 140. 119-157.

⁹⁷ Esra Tunçay, "Medyada Nefret Söylemi: Ankara Patlaması Örneği", *Marmara İletişim Dergisi*, (27), 41-62, ISSN: 1300-4050, 2017, s. 43.

Erving Goffman (1963), stigmaların bireylerin kendilerini ötekiler tarafından istenmeyen ve beğenilmeyen kişiler olarak görmesinden bahsetmektedir. Erol Mutlu ise stigma için “bireyleri birbirinden ayıran olumsuz tanımlayıcı bir özellik” olduğundan söz etmektedir. Stigmalar ırksal, cinsiyetçi, etnik, dinsel azınlığa olduğu gibi bedensel biçim bozukluğu, zihinsel hastalık, çirkinlik, AIDS hastaları için de takılan yaftaları kapsamaktadır. Stigma kullanımı yani damgalama; stereotipler, önyargılar, ayrımcılık gibi bilişsel yapılar açısından incelenmektedir.⁹⁸ Stereotip (kalıp yargı) terimi etimolojik olarak steros (katı) ve typos (nitelik) sözcüklerinden oluşmaktadır. Bu terim, ilk kez gazeteci Walter Lippman tarafından “kafanın içindeki imajlara” benzetilerek ortaya atılmıştır.⁹⁹ Bir grubu sevmeme gerekçesi olan ve grup üyelerine yüklenen özellikler stereotip olarak adlandırılır. Bu sebeple stereotip olarak isimlendirilen kalıp yargılar bir grubun üyelerine yüklenen genel inançlardan oluşmaktadır.¹⁰⁰ Stereotipler bireyleri, kişisel özellikleri yerine grup aidiyetleri üzerinden algılayıp sınıflandırmamıza neden olmaktadır.¹⁰¹ Kalıp yargılar ve ön yargı genellikle beraber bulunurlar. Ön yargı kavramı ise İngilizce’de “prejudice” ya da “bias” kelimeleriyle ifade edilir. Prejudice kelimesi, Latince adaletsizlik ve haksızlık anlamlarına gelen “prejudicium” kelimesinden türetilmiştir. Bias kelimesi ise Antik Grekçe’de nefret, düşmanlık ve haksızlık gibi anlamlara gelmektedir. Allport’a göre ön yargı “*yeterince tanıma imkânı ve yeterli gerekçeler olmadan başkaları hakkında fikir sahibi olma*” anlamına gelmektedir.¹⁰² Ön yargı arttığı zaman ayrımcılık da artmakta ve bireyler politik, eğitim ve barınma gibi temel haklardan faydalanamamaya başlamaktadır.

⁹⁸ Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Ark Yayınevi, 1995, s. 242.

⁹⁹ Selçuk Uygun, “Üniversite Gençlerinin “Öteki” Kimliklere İlişkin Önyargıları”, **Akademik Araştırmalar Dergisi**, Sayı 29, 103-121, 2006, s. 109.

¹⁰⁰ H. Andaç Demirtaş Madran, “Temel Beklenti Etkisi Kendini Gerçekleştiren Kehanet”, **Ayrımcılık Çok Boyutlu Yaklaşımlar**, der. Kenan Çayır, Müge Ayan Ceyhan, 29-40. İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2012, s. 32.

¹⁰¹ Melek Göregenli, “Temel Kavramlar: Önyargı, Kalıp yargı ve Ayrımcılık”, **Ayrımcılık Çok Boyutlu Yaklaşımlar**, der. Kenan Çayır, Müge Ayan Ceyhan, 17-27. İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2012, s. 24.

¹⁰² Hakan Ataman, “Nefret Suçlarını Farklı Yaklaşımlar Çerçevesinden Ele Almak: Etik, Sosyo-Politik ve Bir İnsan Hakları Problemi Olarak Nefret Suçları”, **Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları**, der. Yasemin İncoğlu, 47-81. İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2012, s. 62-63.

Ayrımcılık, bir gruba diğer gruba oranla farklı muamele gösterilmesi ve ayırım yapılan grup üyelerinin yaşamsal haklarının kısıtlanması ya da engellenmesi anlamına gelmektedir.¹⁰³ Ayrımcılık, aynı zamanda birey ya da grupların ırkçı saldırılar, kadınlara şiddet, homofobik ve zenofobik nefret suçları ve diğer şiddet eylemlerine karşı eşit koruma kanunlarından yararlanamamalarını da içermektedir. Ayrımcılık, BM ve Avrupa İnsan Hakları Mekanizmaları tarafından kabul edilmiş olan insan hakları sözleşmeleriyle kesin olarak yasaklanmıştır.¹⁰⁴ Ayrımcılık yasağı için hukuksal düzenlemeler varken nefret söyleminde bu düzenlemeler söz konusu değildir. İki kavramın da oluşmasında birbirlerini tetiklediklerini söylemek mümkündür.¹⁰⁵ Homofobi eşcinselliğe karşı hoşnutsuzluk içeren tepki olarak ifade edilirken, zenofobi de yabancı korkusu ve nefreti anlamını taşımaktadır.

2.3. Nefret Söyleminin Türleri ve Kategorilendirilmesi

Uluslararası Hrant Dink Vakfı'nın 2009 yılından beri yürütmeye devam ettiği "*Medyada Nefret Söyleminin İzlenmesi*" projesi, belli kimlik özellikleri sebebiyle hedef alınan kişi veya gruplara yönelik ayrımcı dil ve nefret söylemlerine dikkat çekmek amacıyla Türkiye'de ulusal çapta yayın yapan gazeteleri incelemektedir. Ulusal ve yerel basında taranarak hazırlanan raporlar www.nefretsoylemi.org sitesi aracılığıyla kamuoyuna sunulmaktadır. Hrant Dink Vakfı tarafından önceki yıllarda yapılmış olan uluslararası çalışmalardan faydalanılarak ve Türkiye'ye özgü dil ve kültür farklılıklarının göz önünde bulundurularak oluşturulan dört nefret söylemi kategorisi şu şekildedir:¹⁰⁶

Abartma-Yükleme-Çarpıtma: Kişiler ya da olaylardan yola çıkılarak belli bir topluluğa yönelik olumsuz genelleme, çarpıtma ve abartmalar içeren söylemlerdir. ("Suriyeliler gına getirdi.", Yahudi lobisi vb.).

¹⁰³ Hakan Atalay, "Psikiyatride Stigma", *Psikeart Dergisi*, 2, 10-19, 2009, s. 13.

¹⁰⁴ Ataman, **a.g.e.**, s. 66-67.

¹⁰⁵ Ulaş Karan, "Nefret Söylemi ve Yakından İlişkili Diğer Kavramlar: Ayrımcılık, Nefret Suçu ve Hakaret", **Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar Mecralar Tartışmalar**, ed. Mahmut Çınar, İstanbul, Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2013, s. 98-99.

¹⁰⁶ "Medyada Nefret Söylemi ve Ayrımcı Söylem 2018 Raporu", <https://hrantdink.org/>, İstanbul, HDV Yayınları, 2019, s. 9-12.

Küfür-Hakaret-Aşağılama: Bir topluluğa yönelik aşağılama ve hakaret içeren, küfür yoluyla oluşturulan söylemlerdir. (Hain, ahlaksız, köpek, şerefsiz vb.).

Düşmanlık-Savaş Söylemi: Bir topluluğa yönelik düşmanca ve savaş ifadesi çağrıştıran söylemlerdir. (Rum vahşeti, gavur zulmü vb.).

Doğal Kimlik Ögesini Aşağılama-Simgeleştirme: Doğal bir kimlik ögesinin nefret veya aşağılama şekli olarak kullanıldığı söylemlerdir. (“Eurovision’da ülkemizi Yahudi mi temsil edecek?”, “Çok afedersiniz Ermeni”, “Senin baban Alevi zaten” vb.)

Hrant Dink Vakfı, daha çok ırk ve etnik kökene ait nefret söylemlerini incelemektedir. Ancak zaman zaman homofobik ve cinsiyetçi nefret söylemlerine ilişkin örnekler de raporda sunulmaktadır. Bu kategoriler, bu çalışma dahil olmak üzere birçok nefret söylemi çalışmasına ışık tutmaktadır. Nefret söylemlerinin kapsamı çok geniştir ve grupların karakteristik özelliklerine göre de farklı şekilde sınıflandırılmaktadır.¹⁰⁷

- Siyasal Nefret Söylemleri
- Homofobik Nefret Söylemleri
- Etnik Kökene Dayalı ve Irkçı Nefret Söylemleri
- Cinsiyetçi Nefret Söylemleri
- İnanç ve Mezhep Temelli Nefret Söylemleri
- Engellilere ve Çeşitli Hastalıklara Yönelik Nefret Söylemleri

2.3.1. Siyasal Nefret Söylemleri

Siyasal nefret söylemleri, siyasal bir düşünceyi ve siyasal düşünceyi savunanları hedef almaktadır. Bu bir ideoloji olabileceği gibi, bir siyasi parti ya da daha küçük hedef grupları da olabilir.¹⁰⁸ Yeni medya platformlarında çok sayıda siyasi içerikli paylaşım yapılmaktadır. Bu paylaşımların çoğu hakaret içeren yorumlardan oluşmaktadır. Her yaş grubu, cinsiyet, eğitim düzeyi ve meslek grubundan bireyler tarafından hakaret ve

¹⁰⁷ Cengiz Alğan, Levent Şensever, **Ulusal Basında Nefret Suçları: 10 Yıl, 10 Örnek**, İstanbul, Sosyal Değişim Derneği Yayınları, 2010, s. 23.

¹⁰⁸ Mutlu Binark, Günseli Bayraktutan, **Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik**, İstanbul, Kalkedon, 2013, s. 85.

nefret söylemi içeren yorumlar, görüşler ya da caps gibi paylaşımlar sosyal medyada yayılmaktadır.

2.3.2. Homofobik Nefret Söylemleri

Heteroseksüel cinsel kimlik dışında kalan cinsel kimlikli bireylerin maruz kaldığı nefret söylemleridir. LGBTİ bireyler, sahip oldukları kimlik nedeniyle gerçek hayatta da aşağılama, alay ve hakaret içeren söylemlere maruz kaldıkları gibi, yeni medya platformlarından da bu söylemlere maruz kalmaya devam etmektedirler. Homofobik göndermeler, gay, lezbiyen, travesti gibi ifadeler nefret söylemlerinin parçası olmaktadır. Homofobik nefret söylemleri, özellikle de yeni medyada dolaşıma giren içerik ve paylaşımlarla üretilmekte ve bu durum bir eğlence aracı olarak görülmektedir. Yılmaz'a göre, eşcinsellere yönelik olan ön yargı ve tutumların temelinde toplumsal yargı ve kalıplar bulunmaktadır.¹⁰⁹

2.3.3. Etnik Kökene Dayalı ve Irkçı Nefret Söylemleri

Bu söylemlerin kaynağının tarihi olaylar ve arkasında yatan milliyetçi duygular olduğu söylenebilir. Irkçılıktan beslenerek yabancılara, göçmenlere ve etnik gruplara düşmanca yaklaşan nefret söylemi türüdür. Azınlıklar probleminin temelinde, Lozan Antlaşması ile başlayan ve etnik grupların kendi kültürlerinin yok sayılmasıyla başlayan bir süreç yatmaktadır.¹¹⁰ Ermeni sorunu, Kürt sorunu gibi temel sorunlar altında yaratılan “biz ve ötekiler” algısı yeni medyada kullanıcıların içerik ve paylaşımlarıyla üretilmektedir. Birçok sosyal medya platformunda azınlıklara yönelik ırkçı gruplar açılmakta ve gruplarda nefret söylemleri yaygınlaştırılmaktadır. Dünyada ve Türkiye’de etnik köken ve ırkçı nefret söylemlerinin temel nedeni, ekonomik ve toplumsal anlamda olumsuz gelişmelerin yaşanması olarak düşünülmektedir.¹¹¹ Son yıllarda gündemde olan Suriye göçmenleri ve mülteci sorunu karşısında üretilen nefret söylemleri bunun en büyük örneğidir.

¹⁰⁹ S. Hakan Yılmaz, *Siyasal Nefret Söylemi ve Medya*, İstanbul, Literatürk Academia, 2013, s. 49.

¹¹⁰ Savaş Çoban, *Hegemonya Aracı ve İdeolojik Araç Olarak Medya*, İstanbul, Parşömen Yayınları, 2013), s. 199.

¹¹¹ Zeynep Burcu Vardal, “Nefret Söylemi ve Yeni Medya”, *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 2015, s. 148.

2.3.4. Cinsiyetçi Nefret Söylemleri

Cinsiyetçi nefret söylemleri özellikle de kadınlara yönelik olarak üretilmektedir. Ataerkil toplumlarda bu tür nefret söylemleri gündelik hayatın doğal bir parçası olmaktadır. Bu tür toplumlarda kadınların ekonomik, siyasi ve toplumsal haklarının toplumsal cinsiyet eşitliği bakımından ikincil konumda olması, bu söylemlerin kolay üretilmesine olanak sağlamaktadır. Kadınlara yönelik aşağılama ve nefret söylemlerinin üretilmesine neden olan diğer bir durum ise şiddettir. Son zamanlarda artan kadına yönelik şiddet, taciz, tecavüz ve cinayet vakalarıyla yeni medyanın şiddete yönelik farkındalığı yeniden ve sürekli olarak üreten paylaşımlar yapmaya imkân tanınması, nefret söylemlerinin üretilmesi ve yaygınlaşmasında etkisi olan etmenlerdir.¹¹²

2.3.5. İnanç ve Mezhep Temelli Nefret Söylemleri

İnanç ve mezhep temelli nefret söylemleri, farklı din ve mezheplere (Yahudilik, Alevilik vb.) sahip birey ya da gruplara karşı yapılan nefret söylemlerini kapsamaktadır. Yeni medyada islamafofinin yaratıldığı, insanların oy verdikleri partiye göre dini inançlarının sorgulandığı, Alevilerin dinsizlikle suçlandığı, türban ve baş örtüsünün gericilikle nitelendirildiği tartışmalar yapılmakta ve küfür ve hakaret içeren nefret söylemleri yayılmaktadır.

2.3.6. Engellilere ve Çeşitli Hastalıklara Yönelik Nefret Söylemleri

Engellilere ve çeşitli hastalıklara yönelik olan nefret söyleminde ise, fiziksel, zihinsel, bedensel engelliler ya da hastalar (AİDS gibi) hedef alınmaktadır.¹¹³ Bu bireyleri hedef alan veya bu bireylerin üzerinde alaycı, hakaret içeren söylemler yeni medya ortamlarındaki paylaşımlarda sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Gazetecilere yönelik farkındalık eğitimleri düzenleyen ve nefret söylemleri için etkili bir medya takibi projesi yürüten Uluslararası Hrant Dink Vakfı (UHDV), Türkiye’de geleneksel

¹¹² Vardal, **a.e.**, s. 148-149.

¹¹³ Çomu, Binark, **a.g.m.**, s. 209-210.

medyada üretilen metinleri takibe almakta ve üretilen nefret söylemlerini incelemektedir. Hrant Dink Vakfı, nefret suçlarının sayısının artmasında medyanın etkisinin büyük olduğuna inanmaktadır. Dolayısıyla ulusal gazetelerde etnik, dini temelli ve cinsiyetçi medya metinleri incelenerek www.nefretsoylemi.org'da yayınlanmaktadır.¹¹⁴ Oluşturulan bu raporların ve medya takip projesinin Türkiye'deki ırkçılık, ayrımcılık, cinsiyetçilik gibi büyük sorunlarla mücadeleye katkı sağlaması açısından önemi büyüktür.

2.4. Nefret Suçu Kavramı

Nefret suçlarının da nefret söyleminde olduğu gibi uluslararası hukukta net bir tanımı bulunmamaktadır. Yapılan tanımlardan biri Avrupa Güvenlik ve İş birliği Teşkilatı (AGİT) ve bu teşkilatın kurumu olan Demokratik Kurumlar ve İnsan Hakları Bürosu (DKİHB) tarafından yapılmıştır. Bu tanımlamaya göre nefret suçu: *“mağdurun, mülkün ya da işlenen suçun hedefinin gerçek ya da ait olduğu düşünülen ırk, etnik ve ulusal köken, dil, din, renk, cinsiyet, yaş, zihinsel ya da fiziksel engel, cinsel yönelim veya diğer faktörlere dayalı özellikler taşıyan bir grupta gerçek veya öyle algılandığı bağlantı, ilgi, bağlılık, destek ya da üyelik sebebiyle seçilmiş kişilere ya da bir mala karşı işlenen her türlü suç.”* olarak ifade edilmektedir.¹¹⁵ 70'e yakın sivil toplum örgütünün bir araya gelerek oluşturduğu Nefret Suçları Yasa Kampanyası Platformu'na göre ise nefret suçları, *“belli ortak özellikleri bulunan birey ya da gruplara ya da birey veya grupların mallarına yönelik, önyargılarla işlenmiş suçlar”* olarak tanımlanmaktadır. Nefret suçları; etnik, ulusal ve dini kimlik, cinsel yönelim ve cinsiyet kimliği, sağlık durumu, toplumsal statü, siyasi veya felsefi görüş, eğitim durumu gibi özelliklere yönelik de işlenebilmektedir.¹¹⁶

¹¹⁴ Mutlu Binark, “Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi”, *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, 11-53. İstanbul, Kalkedon Yayınları, 2010, s. 43-44.

¹¹⁵ “Hate Crimes in the OSCE Region: Incidents and Responses-Annual Report for 2006”, *the OSCE (AGİT) Office for Democratic Institutions and Human Rights (ODIHR)*, Varşova, s. 9, <https://www.osce.org/odihr/26759>, Erişim Tarihi: 18.09.2007.

¹¹⁶ “Nefret Suçu ve Söylemi İzleme Rehberi”, İstanbul, Sosyal Değişim Derneği Yayını, 2012, s. 7.

Nefret suçu terimi, 1986 yılında New York'ta beyaz bir grup genç tarafından siyahi bir bireye karşı yapılan ırkçı saldırının gazete sayfalarına yansısıyla yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu terim 1990'ların başında yalnızca “ırk” ve “din” temelinde gerçekleşen saldırıların dışında, cinsel yönelim, ulusal köken, engellilik durumu ve toplumsal cinsiyet rolleri için de kullanılmaya başlamıştır.¹¹⁷ Terim bu olaydan sonra Avrupa'da da hızla yaygınlaşmaya başlamıştır.¹¹⁸ “Nefret Suçu= Suç + Nefret Motivasyonu” şeklinde ifade edilebilmektedir.¹¹⁹

Suçun anayasada açıkça belirtilmiş olması ve bir yaptırıma bağlanmış olması suçun varlığından bahsedebilmek için büyük önem taşımaktadır. 1990 yılında dünyada federal düzeyde kabul edilen ilk nefret suçu yasası ABD'de kabul edilen “Nefret Suçları İstatistik Yasası”dır. Bu yasa, nüfusu 10 binin üzerinde olan bölgelerde yapılan nefret suçlarının tespit edilmesi için Adalet Bakanlığı Soruşturma Bürosu'nu (FBI) görevlendirmektedir. 1994 yılında ise bu yasayı “Nefret Suçlarında Ağırlaştırıcı Hükümler Yasası” takip etmiştir. Ardından da 2007 yılında senato tarafından “Nefret Suçlarını Önlemede Yerel Yasaların Güçlendirilmesi Yasası” onaylanmıştır.¹²⁰ Türk Ceza Kanunu'nda da (TCK) nefret suçlarıyla alakalı maddeler yer almaktadır. TCK 3. maddeye göre: “*Kişiler arasında ırk, dil, din, mezhep, milliyet, renk, cinsiyet, siyasal düşünce, felsefi inanç, milli veya sosyal köken, doğum, ekonomik ve diğer toplumsal konumları yönünden ayırım yapılamaz ve hiç kimseye ayrıcalık tanınamaz.*” maddesi yer almaktadır. 77. madde ise bu suçlar için; “*Siyasal, felsefi, ırki veya dini saiklerle toplumun bir kesimine karşı, plan doğrultusunda sistemli olarak işlenmesi insanlığa karşı suç oluşturur.*” ibaresi bulunmaktadır. 216. maddenin 2. fıkrasında ayrımcılığa karşı bir yasal düzenlemedir ve sosyal sınıf, din, ırk, mezhep ve cinsiyet gibi nedenlerle aşağılama yapan kişilerin altı yıldan bir yıla hapis cezasıyla cezalandırılacağını belirtmektedir.

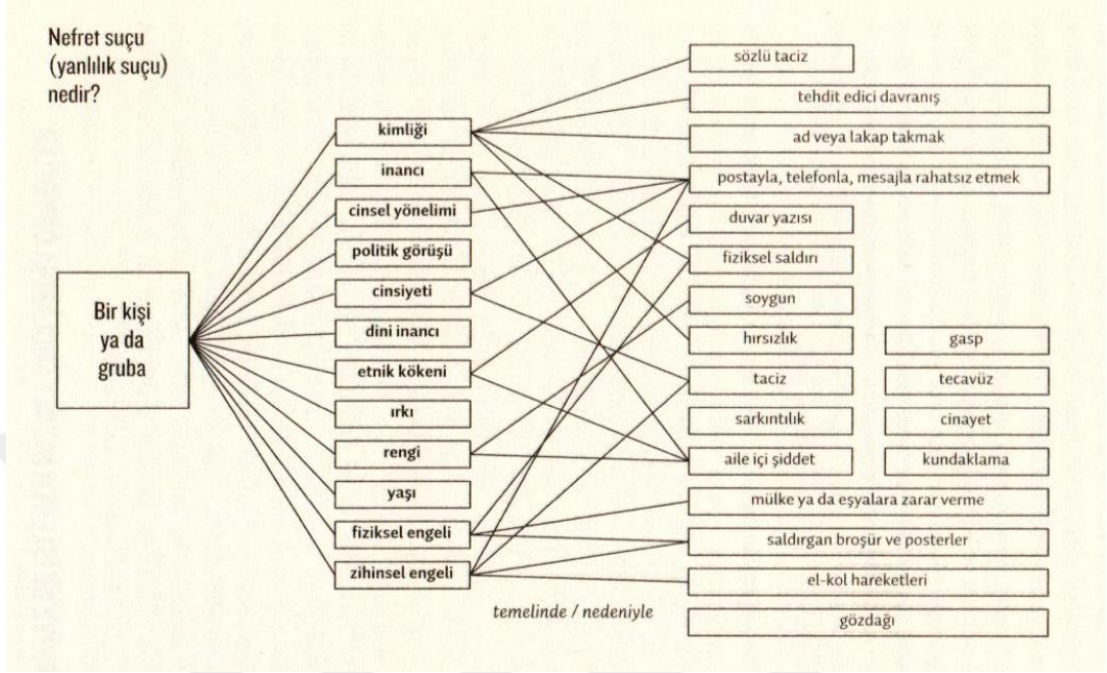
¹¹⁷ George Ritzer, **The Blackbell Encyclopedia of Sociology**, Blackbell Publishing Ltd, 2007, s. 2048.

¹¹⁸ Canan Uslu, “Nefret Söylemi Suçu ve Versus İfade Hürriyeti”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 38, 185-202, 2013, s. 186.

¹¹⁹ Elif Ceyhan Özsoy, **LGBT Bireyler ve Nefret Suçları**, Ankara, Kaos GL, 2011, s. 9.

¹²⁰ Cengiz Alğan, Levent Şensever, **a.g.e.**, s. 13.

Resim 2.2. Nefret Suçları: Olası Hedefler ve Olası Biçimler



Kaynak: Melek Göregenli, “Nefret Söylemi ve Nefret Suçları”, **Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar Mecralar Tartışmalar**, ed. Mahmut Çınar, İstanbul, Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2013, s. 69.

Resim 2.2.’de görüldüğü üzere, nefret suçları karşımıza birçok farklı şekilde çıkabilmektedir. Fiziksel ve psikolojik saldırılar, kundaklama, şiddet, gasp, tecavüz, hırsızlık, taciz, mülke zarar verme, nefret içerikli broşür ve posterler, okul, iş yeri veya toplumsal bir alanda zorbalık yapma gibi davranışlar nefret suçları olarak değerlendirilmektedir.¹²¹

Bir suçun nefret söylemi olabilmesi için iki unsur gereklidir. Birincisi nefret suçlarının ceza kanunu kapsamında diğer suçlar gibi yaptırıma tabi tutulmasının gerekliliğidir. İkincisi de nefret suçlarının önyargı (bias) ile işlenmesi gerekmektedir. Nefret suçlarının aynı zamanda “önyargı suçları” olarak nitelendirilmesi de mümkündür. Önyargılı motivasyon ile cezai bir suç işlendiğinde bu suç, diğer suçlardan sıyrılarak nefret suçu kategorisine girmektedir.¹²²

¹²¹ Göregenli, **a.e.**, s. 7.

¹²² Ataman, **a.g.m.**, s. 61.

Ön yargı, peşin hükümlere dayanan olumsuz fikirler ve hoşgörüsüzlük anlamına gelmektedir. Birey ya da gruplara karşı beslenen nefret veya önyargı, suçun nefret suçu kapsamına alınması için yeterli değildir. Suçun, somut bir şekilde ön yargılı bir motivasyonla işlenmesi temel esastır.¹²³ Bir evin kundaklanarak yakılması önyargı ve nefret ile hareket edilerek gerçekleştiğinde nefret suçudur. Travesti, gay ya da lezbiyenlere yönelik bir kasti öldürme suçunda ise, mağdur cinsel yöneliminden kaynaklı olarak öldürülüyorsa bu suç nefret suçuna dönüşmektedir. Nefret suçları, kişi ya da gruplar dışında mülke karşı da işlenebilmektedir. Böyle durumlarda o mülkün belli özelliklerini taşıdığı grupla olan ilişkisi değerlendirilmektedir. Camiiler, kiliseler, halkevleri, mezarlıklar, seçim büroları, belediye binaları vb. gruplarla olan ilişkiler sebebiyle zarar görebilmektedir.¹²⁴ Nefret içerikli ifadeler söz konusu olmadığında nefret söylemi gibi suç durumu oluşmamaktadır. Nefret suçlarının olması için gereken “suçun varlığı” unsuru, nefret söylemi için söz konusu değildir. Bir suç işlenmesi durumunda nefret içerikli ifadelerin kullanılması önyargı olarak değerlendirilip nefret suçu olarak değerlendirilmektedir.¹²⁵

İnceoğlu’na göre, nefret her suçta olabilmektedir. Evli eşlerden biri diğerini nefret ettiği için öldürebilir. Ancak bu doğrudan nefret suçu olarak kabul edilmemektedir. Burada mağdura karşı ayırt edici özellikler yüzünden suç işlenip işlenmemesi önemli olmalıdır. Dolayısıyla böyle bir durum yoksa nefret suçu da yoktur.¹²⁶ Nefret söylemleri yaygınlaştığında nefret suçları da artmaktadır. Toplumdaki kültürel çeşitliliğin artması ayrımcılığın da çoğalmasını sağlamaktadır.¹²⁷ Nefret söylemleri ve beraberinde gelen nefret suçları anlayışsızlığın ve tahammülsüzlüğün sonucudur. Nefret suçlarının oluşması durumunda, mağdurların kendilerini ifade etme ve varlıklarını sürdürme karşısında ciddi tehdit doğmaktadır.

¹²³ Cengiz Alğan, Levent Şensever, **a.g.e.**, s. 7.

¹²⁴ Senem Doğanoglu, “**Adaletin “LGBT” Hâli**”, *LGBT Hakları Platformu*, http://www.kaosgildernege.org/resim/kutuphane/dl/adaletin_lgbt_hali.pdf, Erişim Tarihi: Ağustos 2009

¹²⁵ “Hate Crime Laws: A Practical Guide”, *the OSCE (AGİT) Office for Democratic Institutions and Human Rights (ODIHR)*, Varşova, <https://www.osce.org/odihr/36426>, s. 25, Erişim Tarihi: 9.03.2009.

¹²⁶ Asuman Aytekin İnceoğlu, “Nefret Suçu Kavramı ve Türk Ceza Hukukundaki Yeri”, **Nefret Suçlarıyla Mücadele Toplantıları**, İnsan Hakları Gündemi Derneği, 2010, s. 84.

¹²⁷ Anthony Cortese, **Opposing Hate Speech**, Westport, CT, Praeger Publishers, 2006, s.2.

İfade özgürlüğü, bir tutum, düşünce ya da inancın aktarımında suçun söz konusu olmamasıdır. Protestolara katılmak, yayım çıkarmak, kitap yazmak, sanat icra etmek, toplantılara katılmak, bir konuda fikir belirtme ve bu fikri savunmak, dernek kurmak, belli bir kıyafet giymek vb. ifade özgürlüğü kapsamındadır.¹²⁸ İfade özgürlüğü söz konusu olduğunda devletler tarafından mutlaka yasal düzenlemeler yapılması ve idari önlemler alınması gerekmektedir. Çünkü insan hakları, birey ve devlet arasındaki ilişkileri de kapsamaktadır.¹²⁹ İfade özgürlüğü gibi nefret suçu sayılan durumlara karşı da devlet tarafından korunma sağlanmalıdır. Bu koruma olmadığında ya da failer cezalandırılmadığında, bu durum başkalarını da nefret suçu işleme konusunda cesaretlendirecektir. Özellikle böyle durumlarda dezavantajlı grupların hukuka ve kamu kurumlarına olan güveni büyük ölçüde sarsılmaktadır.¹³⁰ Dolayısıyla nefret suçlarının ve olumsuz etkilerinin önüne geçebilmek için yetkili mercilerden tarafından hukuki yollarla denetlerinin yapılması ve bu konuda yasaların varlığı oldukça önemlidir.

2.5. Yeni Medya ve Nefret Söylemi

Nefret söylemlerinin temelindeki ayrımcılık toplumda yaşayan bireylere zarar vermektedir. Yeni medyanın sağladığı çift yönlülük ve kullanıcıların katılımcı olabilme durumu, bireylerin yeni medyayı kullanmasında en büyük etkenlerdendir. İnternet ortamlarının çevrimiçi olma özelliği kullanıcıların bağımsız hareket etmelerine neden olmuştur. Yeni medyada oluşturulan etkileşime açık gruplarda taraftarlar da tuttıkları takıma karşı aidiyet duygusu yaşamakta ve grup dışında kalan diğer taraftarlara “öteki” damgası vurmaktadırlar.¹³¹ İnternet ve yeni medya ortamlarının kullanıcılara sağladığı bağımsız ortam, ötekilere karşı ırkçı düşünce, öfke ve nefretin denetimsiz şekilde yayılmasına neden olmaktadır.¹³²

¹²⁸ Bernadette Rainey, Elizabeth Wicks, Clare Ovey, **Jacobs, White and Ovey: The European Convention on Human Rights**, Oxford, Oxford University Press, 2002, s. 276.

¹²⁹ Oktay Uygun, “Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ve Türk Hukukunda İfade Özgürlüğünün Sınırlanması” **Kamu Hukuku İncelemeleri**, der. Oktay Uygun, 127-198. İstanbul, XII Levha, 2011, s. 132.

¹³⁰ Cengiz Alğan, Levent Şensever, **a.g.e.**, s. 8.

¹³¹ Şahin, **a.g.t.**, s. 53.

¹³² Aygöl, **a.g.m.**, s. 111.

Twitter, Facebook gibi sosyal medya uygulamalarında nefret söylemleri yaygın şekilde üretilmektedir. Bu söylemler nefret suçlarını da örgütlemektedir.¹³³ Postman’a göre; *“teknoloji mekanizmalarının üzerinde hakimiyeti mevcut bireyler, hâkimiyeti olmayan bireylere oranla güç sahibidirler ve güç sahibi olmayanlara karşı da bir sistem oluşturmak niyetindedirler.”*¹³⁴ Nefret söylemi kavramı yeni medya ile birleştiğinde çevrimiçi, dijital ve siber nefret gibi kavramlar oluşmaktadır. Kullanıcıların denetimi zor olan yeni medya ortamlarında düşüncelerini, söylemlerini, yorumlarını ve eleştirilerini dile getirmesi nefret söylemlerinin yaygınlaşmasını kolaylaştırmaktadır.¹³⁵ Yeni medyanın geleneksel medyadan farklı olan özellikleri arasında dijitallik, etkileşimsellik, yayılım, sanallık, hipermetinsellik (metinlerden farklı metinlere aynanda bağlantı verebilmesi) ve multimedya biçimselliği (farklı veri türlerinin tek bir araçta toplanması) yer almaktadır. Dolayısıyla yeni medyada geleneksel medyaya oranla daha yaygın şekilde nefret söylemleri oluşmaktadır.¹³⁶ Hürriyet Gazetesi ve Twitter karşılaştırıldığında Twitter’da nefret söylemlerinin daha fazla oluşması bunun kanıtıdır.¹³⁷

Yeni medya ortamlarında nefret söylemleri; grupların, örgütlerin ya da toplulukların siyasal, zenofobik, homofobik, dini ve mizojonik eylemlerini kapsamaktadır.¹³⁸ Yeni medya ortamlarında kullanıcıların düşüncelerini paylaşabilmeleri ve paylaşımlara yorum bırakabilmeleri nefret söylemlerinin yaygınlaşması için uygun bir ortam yaratmaktadır. Bu yorumlar genellikle fikir belirtmekten ziyade fanatik, taraf bildiren ya da hakaret içerikli tarzda yazılmaktadır. Yorumlarda kişiler konu hakkında tartışmaktan uzaklaşmakta ve kavga edip birbirleriyle kutuplaşabilmektedirler.¹³⁹

¹³³ Binark, Bayraktutan, **a.g.e.**, s. 89.

¹³⁴ Neil Postman, **Teknopoli: Yeni Dünya Düzeni**, çev. M. Emre Yılmaz, İstanbul, Gelenek Yayınevi, 2004, s. 18.

¹³⁵ Engincan Yıldız, “Twitter’da ve Çevrimiçi Bir Gazetede Yer Alan Nefret Söylemlerinin Karşılaştırılması: Suriyeli Mülteciler Örneği”, **OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi**, 9(16), 760-793, 2018, s. 766.

¹³⁶ Martin Lister, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, Kieran Kelly, **New Media: A Critical Introduction**, London, Routledge, 2003, s. 13.

¹³⁷ Yıldız, **a.g.m.**, s. 769.

¹³⁸ Burak Doğu, “Sanal Nefret Pratikleri: İnternet’te Nefret Söylemi ve Karşı Örgütlenmeler”, **Yeni Medyada Nefret Söylemi**, Haz. Tuğrul Çomu, 223-252. İstanbul, Kalkedon Yayınları, 2010, s. 228.

¹³⁹ İlden Dirini, “Okur Yorumlarıyla Yeniden Üretilen Nefret Söylemi”, **Yeni Medyada Medyada Nefret Söylemi**, Der. Tuğrul Çomu, 55-93. İstanbul, Kalkedon Yayınları, 2010, s. 69.

Avrupa’da 29 ülkede yürütülen ve Avrupa’daki çocukların internette hangi risklere maruz kaldığını ve hangi olanaklara sahip olduğunu saptamaya çalışan EU KİDS ONLINE (Avrupa Çevrimiçi Çocuklar) projesi kapsamında çocuklara ve gençlere yönelik olarak çevrimiçi riskler sıralanmıştır. Tablo 2.1.’de görüldüğü gibi çevrimiçi tüm olanakların dışında çevrimiçi riskler de bulunmaktadır. Bu riskler sadece çocuklar ya da gençler için değil, aynı zamanda yetişkinler için de geçerlidir. Riskler içinde pornografik, şiddet içeren ve ırkçı içerikler, anoreksia ve intiharı teşvik edici siteler yer almaktadır. Ayrıca projeye göre çocuklar ve gençler en çok pornografik ve cinsel içeriklere maruz kalmaktadır.¹⁴⁰

Tablo 2.1. İnternetin Çevrimiçi Olanakları ve Riskleri

Çevrimiçi Olanaklar	Çevrimiçi Riskler
• Küresel bilgiye erişim • Eğitim kaynakları • Eski ve yeni arkadaşlar için toplumsal ağlar • Eğlence, oyunlar • Kullanıcı türevli içerik üretimi • Yurttaş katılımı/politik katılım • Kimliğin ifadesinde mahremiyet • Topluluklarla bağlar/ aktivizm • Teknoloji uzmanlığı ve okuryazarlığı • Kariyer gelişimi veya istihdam • Kişisel/sağlık/cinsellik tavsiyeleri • Uzman grupları ve fan siteleri • Uzakta olanlarla deneyim paylaşımı	• Yasadışı içerik • Pedofiller, yabancılar • Aşırı veya cinsel şiddet • Diğer zararlı veya saldırgan içerikler • Irkçı/ nefret materyaller • Reklamlar/ticari ikna • Taraflı/yanlış enformasyon • Kişisel bilginin istismarı • Siber zorbalık, siber taciz • Kumar, finansal suçlar • İntihar, anoreksiya • Mahremiyetin ihlali • Yasadışı aktiviteler (korsanlık, dosya yükleme)

Kaynak: Mutlu Binark, “Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi”, *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, 11-53. İstanbul, Kalkedon Yayınları, 2010, s. 35.

¹⁴⁰ Thomas World, Elena Aristodemou, Elza Dunkels, Yiannis Laouris, “Inappropriate Content”, *Kids Online: Opportunities and Risks For Children*, Der. Sonia Livingstone, Leslie Haddon, 135-146. Bristol, The Policy Press, 2009, s. 135-136.

Yeni medya ortamlarında nefret söylemleri “Online Terror and Hate: The First Decade Report” çalışmasına göre; Batı Virgina’da yaşanan Neo-Nazi George Dietz isimli kişinin 1983 yılında haberleşme panosu (BBS) üzerinden yaydığı ırkçı söylemle yayılmıştır. 1990’lardan itibaren de Birleşmiş Milletler tarafından internette ırkçı söylemlerin kullanılmasına dikkat çekilmiştir. ¹⁴¹

Nefret söylemleriyle ilgili bir takım yasal düzenlemeler bulunmaktadır. Avrupa Konseyi tarafından hazırlanan *Avrupa Siber Suç Sözleşmesi (The Convention on Cybercrime)* 1 Temmuz 2004’te yürürlüğe girmiştir. Bu sözleşmeyi konsey üyesi ülkeler imzalamış ve onaylamıştır. Türkiye ise bu sözleşmeyi 10 Kasım 2010 tarihinde imzalamış; ancak ne yazık ki henüz onaylamamıştır. Sözleşme, internet üzerinden sahtecilik, çocuk pornosu ve telif hakkı ihlalleriyle ilgili olarak devletlerin ortak hareket edebilmelerine yönelik bir sözleşmedir. 2012 yılında Sosyal Değişim Derneği öncülüğünde ve çeşitli sivil toplum örgütlerinin de desteği ile nefret suçlarını düzenleyen yasaların konulması ve ceza indirimlerinin de kaldırılması talep edilmiştir. ¹⁴² Geleneksel medyada nefret söylemlerini inceleyen çalışmalar yürütülmektedir. İnsan Hakları Gündemi Derneği tarafından yapılan *Türkiye’de Nefret Suçları (2009)* çalışması, KaosGL tarafından yapılan *Medyada Homofobiye Son (2010)* çalışması, Sosyal Değişim Derneği tarafından yapılan *Ulusal Basında Nefret Suçları 10 Yıl, 10 Örnek çalışması* ve Uluslararası Hrant Dink Vakfı tarafından yapılan nefret söylemlerinin izlenmesiyle ilgili çalışmalar ırkçılık veya ayrımcılığa karşı olarak yürütülmektedir. 2012 yılında ABD’de yapılan *Sosyal Medya, Sosyal Yaşam: Gençler Dijital Yaşamlarını Nasıl Görüyor* adlı çalışmada, 13–17 yaş aralığındaki sosyal medya kullanıcılarıyla görüşmeler yapılmıştır. Katılımcıların yarısı sosyal medyada sıklıkla nefret söylemleriyle karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan katılımcıların, %44’ü cinsiyetçi, %43’ü homofobik, %43’ü ırkçı ve %34’ü ise din temelli nefret söylemiyle karşılaştıklarını belirtmişlerdir. ¹⁴³

¹⁴¹ Mutlu Binark, “Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi”, *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, Ed. Mutlu Binark, İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2010, s. 32.

¹⁴² Yaman Akdeniz, *Racism on the Internet*, Strasbourg, Council of Europe, 2009, s. 79.

¹⁴³ Çomu, a.g.t., s. 127-128.

Dolayısıyla yeni medya ortamlarında da nefret söylemleriyle ilgili çalışmalara önem verilmesi gereklidir. Yeni medyada nefret söylemleriyle ilgili birçok akademik çalışma ve Alternatif Bilişim Derneği gibi kurumlar tarafından yapılan çalışmalar da bulunmaktadır. Bu çalışmalar, web 2.0 üzerindeki çeşitli platformları inceleyerek içeriklerde veya yorumlarda belli ideolojileri yayan, ötekileştiren ve ırkçı nefret söylemlerini tespit etmektedir. Bireylerin yeni medyadaki nefret söylemlerine, nefret suçlarına ve diğer risklere karşı bilgi sahibi olması için yeni medya okuryazarlığı oldukça önemlidir. Dolaşıma sokulan nefret içeriklerinin mutlaka şikâyet edilmesi gerekmektedir.

2.6. Taraftarlık, Medya ve Nefret Söylemi

Nefret söylemlerinin en yaygın alanlarından birinin futbol olduğunu söylemek mümkündür. Futbol, toplumsal yaşamda egemen ideolojilerin üretilmesinde ve toplumsal onayın sağlanmasında kullanılan bir araçtır. Futbolun dil ve söylemi, toplumsal yaşamda “biz ve onlar” ayrımı yaratıp uluslararası müsabakalarda milliyetçi tutumları ön plana çıkarmakta ve tarihsel geçmişe de gönderme yapan bir anlayışı pekiştirmektedir.¹⁴⁴ Futbolun kendi dilini ve söylemini yaratması futbolla büyüyen sosyalleşen taraftar kitlelerini yaratmıştır. Dolayısıyla nefret söylemleri ve taraftarlık kavramı arasında birbirini etkileyen bir ilişki söz konusudur.

2.6.1. Taraftarlık Olgusu, Kimlik ve Aidiyet İlişkisi

Taraftarlık kavramı, bir takıma diğer takımlara göre daha fazla eğilim gösterme, o takımı destekleme ve/veya o takımın davranışlarına sempati duyarak taraf olma anlamı taşımaktadır.¹⁴⁵

¹⁴⁴ Ahmet Talimciler, “Ötekine Yönelik Nefretin Fark Edilmediği ya da Kanıksandığı Alan: Türkiye Futbol Medyası”, *Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları*, der. Yasemin İnceoğlu, 247-287. İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2012, s. 248-249.

¹⁴⁵ Sabri Özbaydar, *İnsan Davranışlarının Sınırları ve Spor Psikolojisi*, İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi, 1983, s.125.

Sportif anlamda bakıldığında da taraftarlığı, spor kulüplerini maddi ve manevi olarak destekleyen kulüp hizmetlerini belirli bir ücret karşılığında alan ve takımını her türlü zorluğa rağmen destekleyen kitle olarak tanımlamak mümkündür.¹⁴⁶

Taraftarlar, takımlarına büyük bir inançla bağlanmaktadır. Bu inanç ve takıma sahip çıkma güdüsü, bir takıma duyulan inancın insan yaşamı üzerinde önemli psikolojik etken olduğunu da ortaya çıkarmaktadır.¹⁴⁷ Kimlik kurma, insanın yaşadığı gezegende saldırılara karşı geliştirdiği korunma mekanizmasıdır. Bu mekanizmanın bir topluluk içinde gerçekleştirilmesi, bireysel olarak gerçekleştirilmesinden daha faydalı olmaktadır. Bireyler ortak paydalarda bir araya geldiğinde daha güvenli bir ortam hissederler. Taraftarlık da bir kimlik oluşturma olgusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler bir takımın üyesi olmaları sonucunda yeni bir kimlik edinmektedirler. Takımların taraftarlar üzerinde yarattığı anlamın artmasıyla birlikte taraftarlığın yoğunluğu da doğal olarak artmaktadır.¹⁴⁸ Taraftar kimliğinin ortaya çıkışındaki en önemli etkenlerden biri, kulüp destekleyicilerinin kulüp kimliklerinin yanına kendi kimliklerini ekleyerek oluşan grup isimleri almalarıdır. Örneğin, tanınan taraftar gruplarından Beşiktaş takımına ait ‘Çarşı’ ve Ankaragücü takımına ait ‘Güçlüler’ taraftar grupları olarak kimliklenme sürecinin ülkemizdeki en önemli temsilcilerindendir. Bugün taraftar gruplarının adları ve sembollerinin, futbol kulüplerinin adının önüne geçebildiğini ve hatta kulüplerden daha çok bilinir hâle geldiğini söylemek mümkündür.¹⁴⁹

Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisine bakıldığında, bireylerin en önemli ihtiyaçlarının başında kimlik, statü ve bağlılık, aidiyet ve yüksek benlik ihtiyaçları gelmektedir.¹⁵⁰ Dolayısıyla bireylerin temel gereksinimlerinden birisi de ait olma ve doyum sağlama arzusu olmaktadır. Taraftarlık da bu doyumun karşılanmasını sağlamaktadır. Bir

¹⁴⁶ Murat Şahin, *Beden Eğitimi ve Sporda Temel Kavramlar Sportif-Tıbbi-Sosyal Terimler Sözlüğü*, Ankara, Nobel Yayınevi, 2002, s. 389.

¹⁴⁷ Emin Kuru, *Sporda Psikoloji*, Ankara, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi, 2000, s. 138.

¹⁴⁸ Ahmet Talimciler, *Türkiye’de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi*, İstanbul, Bağlam Yayınları, 2003, s. 53.

¹⁴⁹ Berkay Aydın, Duygu Hatipoğlu, Çağdaş Ceyhan, Endüstriyel Futbol Çağında Taraftarlık, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26, 2008, s. 302.

¹⁵⁰ Ali Kuşat, “Bir Değerler Sistemi Olarak “Kimlik” Duygusu ve Atatürk, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(15), 2003, s. 49.

topluluğa ait olma güdüsü ile taraftarlık arasında doğrudan bir ilişki söz konusudur.¹⁵¹ Aidiyet kavramının kabul edilmek, tanınmak ve değer görmek açısından önemi vardır. Öz Gerçekleştirme Kuramının sahibi Rogers bu kavramı “*bireyin davranışlarına yön veren temel değişken, gerçeğin kendisinden çok bireyin gerçekliği algılama biçimi*” olarak ifade etmektedir.¹⁵²

Taraftarlar takım tutarken bir arada olma duygusunu yaşarlar ve dolayısıyla “biz” kavramı yani takımlarına karşı aidiyet duygusu oluşmaktadır. Bu bağlamda, ait olunan takım yani “biz” kazanır ve diğer takımlar yani “ötekiler” ise kaybeder.¹⁵³ Burada taraftarlar çoğu zaman ırkçı tutumlar da takınabilmektedirler. Öteki olanı üstün gelinmesi gereken bir rakip olarak gören taraftarlar, takım tutma tutumunun ötesine geçmektedirler. Taraftarlar varlıklarını göstermeye ve bir şeyleri ispatlamaya çalışırlar. Takımlar bunu rakip takıma karşı mücadele ederek yaparken, taraftarlar ise tribünlerde ya da sokaklarda rakip takımların taraftarlarıyla mücadele hâlinde olmaktadır.¹⁵⁴ Takımı başarılı olduğunda takımlarına tutkuyla bağlı olan taraftarların çoğu takımı yenilgi aldığı anda aynı davranışı sergilememektedir. Yenilgi döneminde taraftarlar; sporculara, hakemlere ve kulüp yönetimine karşı saldırı, küfür, protesto gibi tutumlar sergilemektedirler. Taraftar gruplarında kolektif şekilde hareket etmeyi zorunlu hissetme ve kolektif harekete yönelme davranışını da bunun temel sebebidir.¹⁵⁵ Bu noktada tutumların sosyal davranışları ve sosyal algıları etkilediğini söylemek mümkündür. Tutum, “*yaşantı ve deneyimler sonucunda oluşan, bireylerin davranışları üzerinde yönlendirici etkiye sahip ruhsal ve sinirsel hazırlık durumu*” olarak tanımlanmaktadır.¹⁵⁶ Tutumların, bireylerin başkaları tarafından kabul görmeleri, onaylanmaları ve ilişkilerinin kuvvetlenmesini sağlamak gibi işlevleri vardır.¹⁵⁷

¹⁵¹ Talimciler, **a.g.e.**, s. 54.

¹⁵² Ayhan Aydın, **Gelişim ve Öğrenme Psikolojisi**, 4. Baskı, Ankara, Alfa Yayınları, 2003, s. 103.

¹⁵³ Mehmet Acet, **Sporda Saldırganlık ve Şiddet**, İstanbul, Morpa Kültür Yayınları, 2006, s.31.

¹⁵⁴ Müge Demir, Ahmet Talimciler, **Şiddet, Şike ve Medya Kışkacında Futbol ve Taraftarlık**, Konya, LiteraTürk Academia, 2015, s.34.

¹⁵⁵ Aydın, Hatipoğlu, Ceyhan, **a.g.e.**, s. 302.

¹⁵⁶ Ece Karadoğan Doruk, **İknanın Sosyal Psikolojisi**, İstanbul, Derin Yayınları, 2015, s. 64.

¹⁵⁷ Yıldız Dilek Ertürk, **Davranışlarımız ve Biz: Sosyal Psikoloji Bakışıyla Kalabahlık İçinde Ben Olmak**, İstanbul, Pozitif Yayınları, 2017, s. 198.

2.6.3. Fanatizm ve Holiganizmin Şiddetle İlişkisi

Spor ortamları içerisinde zaman zaman sporcular, yöneticiler ve taraftar grupları arasında fikir çatışmaları oluşmakta, kimi zaman ise şiddet ortaya çıkmaktadır. Spor mücadelelerinde yükselen adrenalin ve gerginlik ile beraber saha dışındaki fanatik taraftarlar, spor yöneticileri ve hakemler arasında şiddet olayları yaşanmaktadır.¹⁵⁸

Spor türleri arasında dünya üzerinde en fazla konuşulan ve takip edilen branş futboldur. Dolayısıyla da şiddet olaylarının çok fazla şekilde görüldüğü bir branştır.

¹⁵⁹ Futbol yapısı gereği takım oyununu, mücadeleyi, milliyetçiliği, sevinci, üzüntüyü, maddiyatı ve fanatizmi bir arada bulundurur.¹⁶⁰ Giderek artan ekonomik eşitsizlik, sosyal sorunlar ve küreselleşmeyle beraber büyüyen milliyetçi ve etnik kimlik temelli tartışmaların taraftar savaşları üzerindeki etkisi büyüktür. Fanatik grupların ortaya çıkmasıyla birlikte futbol seyircisinin profili de değişmektedir. Müsabaka ortamları ölüm kalım savaşına dönüşmekte ve karşı takımın taraftarları “düşman” gözüyle görülmektedir. Fanatizm ve holiganizm, tribünde ve sokakta şiddet olaylarına neden olduğu için bir sosyal sorun olarak ele alınmaktadır. Dolayısıyla taraftarlar ve şiddet ilişkisinden ziyade fanatizm ve holiganizmin şiddetle ilişkisini incelemek gerekmektedir.¹⁶¹

Fanatizm, fikir ya da ideolojilere aşırı bağlılıktan kaynaklanan tavizsiz bir davranış şeklidir.¹⁶² Fanatizmin şiddete dönüşen daha aşırı hâli ise holiganizm olarak adlandırılmaktadır. Holiganlık ve fanatiklik kendisinden olmayana karşı oluşturulan nefretin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.¹⁶³ Ortalama bir taraftar ile fanatik taraftar arasında bazı farklar bulunmaktadır. Fanatik taraftarlar takımlarının maçlarını kaçırmamakta ve sıradan taraftarlara göre daha sık stadyuma gitmektedirler. Ayrıca

¹⁵⁸ Ali Niyazi İnal, **Futbolda Eğitim ve Öğretim**, İstanbul, Nobel Yayınları, 1998, s.5.

¹⁵⁹ Anthony King, Abstract and Engaged Critique in Sociology: on Football Holiganism, **British Journal of Sociology**, 52(4), 2001, s. 36. 707-712.

¹⁶⁰ Talimciler, **a.g.e.**, s. 33.

¹⁶¹ Demir, Talimciler, **a.g.e.**, s. 45.

¹⁶² Sezer Ayan, “Şiddet ve Fanatizm”, **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt: 7(2), Temmuz, 2006, s. 200.

¹⁶³ Erdem Çiltaş, “Fan Sayfalarında Aidiyet Unsuru Olarak Nefret Söylemi: Fenerbahçe ve Galatasaray Takımlarının Fan Sayfaları Örneği”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 2017, s. 79.

fanatik taraftarlar bayrak, şapka, rozet gibi sembollerini kullanmaktadırlar. Fanatik taraftarların sembollerle tanımlanmasındaki asıl neden fanatik taraftarların takımlarına normal taraftarlara göre daha güçlü duygularla bağlı olmalarıdır.¹⁶⁴ Şenol, fanatik taraftarların kaba, saldırgan, maç seyretmeyen eşkıyalar olduğunu belirtmektedir. Ona göre fanatikler içki ve ot içen, döner bıçağı taşıyan, küfreden, yöneticilerden bedava bilet alan, karaborsanın başında olan, başka taraftarlara rahatça maç seyrettirmeyen, futboldan pek anlamayıp anlamsız şekilde bağırarlardan oluşmaktadır.¹⁶⁵

Şiddet, Latince “Violentia” kelimesinden gelmektedir. Bu kelime acımasız kişilik, kurallara karşı gelen, değer bilmeyen ve güç anlamları taşımaktadır.¹⁶⁶ Şiddet olaylarına toplumun her kesiminde rastlanabilmektedir. Şiddeti uygulayan kişiler hedefe karşı tahammülsüzlere sahiptir. Şiddet, davranışlar ve söylemler ile büyüyen sonu ölüme kadar gidebilen bir kuvvettir.¹⁶⁷ Bireyin kendisini ait hissettiği ve konumlandığı toplumda ötekine yer yoktur. Çünkü konumlandırma yapılan toplumda bireyler, kendisinden farklı olanlara tahammül edememekte ve ötekileştirilen bu kişilere karşı nefret duygusu taşımaktadır.¹⁶⁸ Özellikle de uluslararası müsabakalar oynanırken milliyetçi duyguların artmasıyla şiddet olaylarının da dozu artmaktadır. Bu şiddet olayları sopa, taş, silah gibi cisimler ile gerçekleşebilmekte ve bireylere zarar verme, hatta yaralama veya öldürme gibi sonuçlara neden olabilmektedir.¹⁶⁹ Medya, daha fazla izlenilebilmek ve taraftarların spora daha çok bağlanabilmesi için şiddet olaylarını desteklemektedir. Dolayısıyla bu da taraftarlara tesir etmektedir.¹⁷⁰ Demir ve Talimciler’in¹⁷¹ taraftarlar üzerinde yaptığı çalışmada taraftar şiddetinin en fazla görüldüğü spor dalı olan futbolda şiddetin

¹⁶⁴ Bruna Zani, Erich Kirchler, “When Violence Overshadows the Spirit of Sporting Competition: Italian Football Fans and Their Clubs”, *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 1(1), 1991, s. 7.

¹⁶⁵ Mehmet Şenol, “Gayri Resmi Tribün Tarihine Kısa Giriş”, *Top Bir Dünyadır*, ed. Barış Tut, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2002, s. 80.

¹⁶⁶ Yves Michaud, *Şiddet*, İstanbul, İletişim Yayınları, 1996, s. 6.

¹⁶⁷ İsmail Doğan, Türk Futbolunda Potansiyel İstanbul Ruhu ve Şiddet, *Düşünen Siyaset Dergisi*, 2, 1999, s. 73.

¹⁶⁸ Eser Aygöl, “Facebook’ta Nefret Söyleminin Üretilmesi ve Dolaşıma Sokulması”, *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, 95-140. İstanbul, Kalkedon Yayınları, 2010, s. 96.

¹⁶⁹ Azmi Yetim, *Sosyoloji ve Spor*, Ankara, Berikan Yayınevi, 2011, s. 25.

¹⁷⁰ Hasan Şahan, Vedat Çınar, “Kitle İletişim Araçlarının Spor Kamuyu Üzerine Etkisi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 2004, s. 318.

¹⁷¹ Demir, Talimciler, *a.g.e.*, s. 140.

nedenleri sorgulanmıştır. Bulgulara göre, taraftarlar için şiddetin en önemli nedeni medya ve rakip taraftarlar olarak görülmektedir. Dolayısıyla holigan ve fanatik taraftarların dışında medyanın da şiddeti tetiklediğini söylemek mümkündür. İletişim araçları kendi yaşamlarını sürdürebilmek için merak uyandıran olaylara gereksinim duymaktadırlar. Dolayısıyla medya şiddetten beslenmekte ve olağanüstü, kanlı ve iğrenç olayları gündemine almaktadır.¹⁷²

Eleştirel Yaratıcı Düşünme ve Davranış Araştırmaları Laboratuvarı (ELYADAL), Türkiye’de şiddet ve fanatizm konusunda analizler yapmaktadır. “Futbolda Şiddet ve Fanatizm” isimli toplam 437 kişinin katıldığı araştırmada, her 100 kişiden 18’i sözel olarak, 8’i ise fiziksel olarak şiddet uyguladığını belirtmiştir. Ayrıca her 100 kişiden 13’ü de kavgaya karıştığını belirtmiştir. Aynı araştırmada şiddete maruz kaldığını belirtenler de olmuştur. Her 100 kişiden 22’si sözel olarak, 9’u ise fiziksel olarak şiddete maruz kalmıştır.¹⁷³ Fanatizm ve holiganizmle ilişkili olan şiddet sorunu incelenirken bu sorunun ülke sporunun geçmiş ve geleceğini yansıtan ve toplumun yaşadığı ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel dönüşümlerden bağımsız olmayan bir çerçevede içinde incelenmesi gerekmektedir. Çünkü şiddet; stadyumlardan, sokaklardan, evlerden ve hatta gündelik yaşamdan spor alanlarına da yayılmaktadır. Aynı zamanda bu sorunu küreselleşme ilişkileri içerisine alıp bütüncül bir bakış açısıyla yorumlamak da önemlidir.¹⁷⁴ Futbolun endüstriyellemesiyle birlikte taraftarlık, yalnızca izleyici olma dışında tribün gruplarının ilişki ağları içerisinde olmayı da gerektirmiştir. İlişki ağı, kolektif hafıza ve dille birlikte diğer taraftarlarla oluşturulan kamusal alanı oluşturmaktadır. Böylece taraftarlar birçok duyguyu bu ilişki ağı içerisinde yaşamaktadır.¹⁷⁵

¹⁷² Şahin, **a.g.e.**, s. 20.

¹⁷³ Deniz Gültekin, “Savaş ve Propaganda Bağlantısı”, *Pivolka – Özel, Savaş Özel Sayısı*, 2003, s. 8.

¹⁷⁴ Artun Ünsal, *Tribün Cemaatinin Öfkesi: Ticarileşen Türkiye Futbolunda Şiddet*, İstanbul, İletişim Yayınları, 2005, s. 36.

¹⁷⁵ Aydın, Hatipoğlu, Ceyhan, **a.g.e.**, s. 299-300.

King, şiddet ve fanatizmin taraftar grupları arasındaki kolektif hafızanın ve sosyal ilişkilerin oluşmasında önemli bir işlevi olduğunu belirtmektedir.¹⁷⁶ Yeni medya ortamlarının taraftar toplulukları arasındaki bu ilişki ağlarının oluşmasında rolü büyüktür.¹⁷⁷

2.6.4. Taraftarlık ve Medyada Nefret Söylemi İlişkisi

Medya metinlerini inceleyerek futboldaki söylemsel yapı ve dilin nasıl bir ideolojik aktarım sürecine sahip olduğunu ve arka planda yatan egemen gücü deşifre etmek mümkündür. Tanıl Bora, futbolun dünyanın her yerinde milliyetçiliğin dışavurum alanı olduğunu belirtmektedir. Futboldaki karşılaşma ortamı milliyetçi “biz ve onlar” ayrımını en açık hâliyle yansıtmaktadır. Taraftar kültürü, kendi takımını yüceltip rakip takımı ise aşağılayan marşlar, pankartlar, bayraklar ile milliyetçiliği gündelik ve popüler düzeyde cisimleştiren ritüeller için kaynak oluşturmaktadır.¹⁷⁸ Taraftarların oluşturdukları çevrimiçi ortamlarda transferler, maç analizleri, rakip takım haberleri gibi konular yer almaktadır. Dolayısıyla bu ortamlar “biz-onlar” ayrımının var olduğu ortamlardır. Galatasaraylı taraftarların oluşturduğu platformlarda Fenerbahçelilere karşı oluşan ‘Galatasaraylılık kimliği’, milli bir maç öncesinde yabancılara karşı ‘Türklükle’, İsrail takımına karşı oynanan bir müsabakada Yahudilere karşı ‘Müslümanlıkla’, kaybedilen bir müsabaka sonunda hakemin verdiği kararları eleştirirken ibne hakeme karşı ise ‘heteroseksüellikle’ ikame edilmektedir.¹⁷⁹ Spor ortamlarının aslında hoşgörü ve farklılıklara tahammül edebilme düzeyini gösteren bir işlevi olduğunu da söylemek mümkündür. Spor karşılaşmalarında taraftarlar kendi kimliklerini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla önyargı ve ilişkilerin sahada da etkisini sürdürdüğü söylenebilir. Spor ortamı, tüketici kitlesini oluşturmakla birlikte bir yandan da bu tüketicilerin iletişim hâlinde bulunabilecekleri bir ortam yaratmaktadır. Yapılan yayınlarda kullanılan dil ve söylemler bu ortamı yaratmaktadır. Uluslararası

¹⁷⁶ Anthony King, *Violent Pasts: Collective Memory and Football Hooliganism*. *The Sociological Review*, 49(4), 2001, s. 582.

¹⁷⁷ Caroline Auty, *Football Fan Power and The Internet: Net Gains?* *Aslib Proceedings*, 54(5), 2002, s. 278.

¹⁷⁸ Tanıl Bora, “Türkiye’de Futbol ve Milliyetçilik”, *Türkiye’de Sivil Toplum ve Milliyetçilik*, der. Tanıl Bora, 559-581. İstanbul, İletişim Yayınları, 2001, s. 559.

¹⁷⁹ Akın, *a.g.m.*, s. 209-210.

maçlar ölüm kalım meselesi hâline gelirken, lig maçları da askeri söylemlere başvurularak savaş efektini pekiştirmektedir. ¹⁸⁰ Ülkemizde spor/futbol medyası, taraftarların gönlünü kazanmak amacıyla kullandığı dil, haber başlıkları, haber metinleri ve fotoğraflarla ideolojinin yaratılmasına ve uygulanmasına destek olmaktadır. Medyada kullanılan milliyetçi dil ile takımlar ordulara benzetilmekte ve doğrudan hedef gösterilmektedir. Özellikle de “biz” kimliğini güçlendirici yayınlar, eril ve şovmen bir dilin dolaşıma sokulmasına neden olmaktadır. Bu da nefret söylemlerinin kitlelerle buluşmasına ve şiddetin alt yapısının hazırlanmasında rol oynamaktadır. ¹⁸¹ Derbi maçları öncesinde taraftar grupları arasında gerçekleşen gerginlikler, kulüp yöneticilerinin ve teknik direktörlerin basına verdikleri demeçler, nefret ve şiddeti körükleyici şekilde medya tarafından kullanılmaktadır. ¹⁸² Futbolun çevresindeki taraftarlık kültürünü, dışlayıcı yanıyla besleyen bir spor medyası ne yazık ki nefret söylemlerini ve nefret suçlarını artırmaktadır. Medya kuruluşlarının çevrimiçi alanlarında da aynı sorun söz konusudur. İnternet tabanlı mecralar basılı-görsel mecralarla bir arada olduğu için dil benzerliği bulunmaktadır. ¹⁸³ Spor alanında taraftarların ve medyanın etkisiyle oluşan nefret söylemlerini önlemeye yönelik yeni bir yasal düzenleme olarak 6222 sayılı *Sporla Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun* yürürlüğe girmiştir. Bu kanunun temel gerekçesi, spor alanında şiddet ve ırkçılıkla mücadelenin uluslararası alanda da sporun sorunlarından biri olarak kabul edilmesidir.

¹⁸⁰ Tanıl Bora, Necmi Erdoğan, “Dur Tarih, Vur Türkiye”, *Futbol ve Kültürü*, der. Tanıl Bora, Wolfgang Reiter, Roman Horak, 221-240, İstanbul, İletişim Yayınları, 1993, s. 228-230.

¹⁸¹ Talimciler, *a.g.e.*, s. 261-262.

¹⁸² Hakan Katırcı, Kadir Çalışkan, Arif Yüce, Ümit Can Büyükakgöl, “Futbolda Nefretin Anatomisi: Türk Spor Basınında Nefret Dili”, *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences*, 1(1), 1-21, 2018, s. 4.

¹⁸³ Altuğ Akın, “Çevrimiçi Spor Ortamlarında Nefret Söylemi: Bir Topun Peşinde Koşan Yirmi İki Adam, Taraftarlar ve Medya”, *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, ed. Tuğrul Çomu, İstanbul, Kalkedon, 2010, s. 205-206.

2.6.5. 6222 Sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanunun Çerçevesi

Sporun fiziksel bir faaliyet alanı olmaktan uzaklaşıp kültürlerarası iletişimi artıran evrensel bir faaliyet alanına dönüşmesiyle birlikte spor alanının ülkemizde ve dünyada şiddet olaylarıyla da anılması söz konusu olmuştur. Dolayısıyla devletler yasal düzenlemeler ve uluslararası sözleşmelerle bu duruma çözüm bulmaya yönelmiştir. 1990 yılında sportif karşılaşmalarda şiddet gösterileri ve taşkınlıkları engellemek için *Avrupa Sözleşmesi* imzalanmış, 2004 yılında 5149 Sayılı *Spor Müsabakalarında Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun* yürürlüğe konulmuştur. Bu kanun 2011 yılına kadar yürürlükte kalmış, sonra da daha kapsamlı bir kanun olan 6222 Sayılı *Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun* yürürlüğe konulmuştur.

6222 sayılı kanunun amacı; müsabaka gerçekleşirken, müsabaka öncesi veya sonrasında spor alanlarında, taraftarların bulundukları yerlerde veya müsabakaların yapılacağı yerlere gidiş ve geliş güzergâhlarında şiddet ve düzensizliğin önlenmesidir. (Bkz. EK-Madde 1) Kanunun 22. maddesine göre, basın ve yayın yolunu kullanarak şiddeti teşvik edecek şekilde açıklamada bulunan kişilere 5 bin liradan 50 bin liraya kadar para cezası verileceği belirtilmiştir. (Bkz. EK-Madde 22-1) Bu açıklamalar, bir spor kulübü ya da federasyon yöneticileri tarafından yapıldığında ise cezanın beş katına çıkacağı ifade edilmiştir. Basın yayın organlarının haber verme ve eleştiri hakkının çiğnenmesi durumunda ise para cezasının 100 bin liradan 500 bin liraya kadar çıkacağı vurgulanmıştır. (Bkz. EK- Madde 22-4)

Kanuna göre, şiddete teşvik edici açıklamaların sürekli olarak paylaşılması haber verme hakkının aşılması olarak ifade edilmiştir.¹⁸⁴ 4 Temmuz'da Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) Genel Kurulu'nda kabul edilip 12 Temmuz'da da Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 7182 sayılı Kanunla, 6222 sayılı kanun üzerinde bazı değişiklikler yapılmıştır. Müsabaka sahasına, soyunma odalarına ve sporcuların kış tünellerine yetkisiz giren kişilere önceden yalnızca adli para cezası uygulanmaktayken yeni düzenlemeyle bu yasaklara uymayanlara üç aydan bir yıla

¹⁸⁴ Karan, a.g.m., s. 113-114.

kadar hapis cezası hükmü eklenmiştir. Müsabakanın seyrinin veya güvenliğinin bozulması hâlinde de bir yıldan üç yıla kadar hapis cezası verilmesine dair madde eklenmiştir. Ayrıca karaborsa yapılan bilet satışlarıyla ilgili de cezai yaptırımlar getirilmiştir. Spor müsabakalarında daha çok polisin görev almasına karar verilmiştir. Böylece, sporda şiddet olaylarına sebep olan kişilerle yapılan mücadeleyle müsabakaların huzur içinde izlenmesi ve daha çok ailenin tribünlerde maç izlemesinin önünün açılması hedeflenmiştir. Bununla birlikte bu kanunla yazılı, görsel, işitsel veya elektronik kitle iletişim araçlarıyla işlenen nefret suçları şikâyet şartı aranmaksızın kanun kapsamına alınmıştır. Özellikle yeni medya ortamları ciddi şekilde denetlenmeye başlamış, nefret suçu işleyen ve nefret suçuna teşvik edici şekilde paylaşım yapan sosyal medya kullanıcıları hakkında adli işlem yapılmasına karar verilmiştir. Böylece fanatizmle de etkili şekilde mücadele etmek hedeflenmiştir.¹⁸⁵

6222 sayılı kanun gereğince 2011-2019 yılları arasında 23 bin 942 taraftar hakkında işlem yapılmış ve 4 bin 763 taraftara da seyirden men cezası verilmiştir. 2018-2019 sezonu boyunca sosyal medya üzerinden hakaret, tehdit ve şiddet içerikli söylemlerde bulunduğu tespit edilen 926 hesapla ilgili toplamda 103 taraftar hakkında işlem yapılmıştır. Bu paylaşımlar sebebiyle 11 taraftar da seyirden men cezası almıştır.¹⁸⁶ Dolayısıyla yeni medya ortamları 6222 sayılı kanun ile de sıkı şekilde denetlense de taraftarlar sosyal ağlarda nefret söylemleri üretmeye devam etmektedir. Hatta 6222 kanun sayısı, sosyal ağlarda yaptırımlara maruz kalmamak için bir kod olarak kullanılmakta ve nefret söylemlerinin parçası hâline getirilmektedir. 6222 sayılı kanunun tüm maddeleri tezin ekler bölümünde yer almaktadır.

¹⁸⁵ Muhammed Boztepe, “Sahaya Yetkisiz Giren Kişilere Hapis Cezası”, www.aa.com.tr, Erişim Tarihi, 16.08.2019.

¹⁸⁶ “5 Bin Taraftara Seyirden Maç Cezası”, <https://www.haberturk.com/5-bin-taraftara-seyirden-men-cezasi-2285365-spor>, Erişim Tarihi: 8.01.2019.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

6222 KANUN İÇERİKLİ NEFRET SÖYLEMLERİNİN TWITTER ÜZERİNDEN İNCELENMESİ

Bu bölümde araştırmanın önemi ve amacından, yönteminden ve sınırlılıklarından bahsedilmiştir. Bunlara ek olarak da bulgular kısmında belirlenen tarihler arasında taraftarlar tarafından yapılan nefret söylemleri paylaşımlarının analizleri yapılmış ve bu analizler grafiklere dökülmüştür.

3.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Yeni medyanın kullanıcılara sağladığı çift yönlülük ve katılımcı olabilme imkânı, taraftarların da yeni medya araçlarını kullanmalarında önemli bir etkidir. Yeni medya içerisinde olan etkileşime açık ağlarda taraftarlar tuttukları takımlara karşı aidiyet duygusu yaşamakta ve grup dışındaki taraftarlara “öteki” damgası vurmaktadırlar. Yeni medyanın sağladığı çevrimiçi olma özelliği ve bu özgür ortam ötekilere karşı ırkçı düşünce, öfke ve nefretin denetimsiz şekilde yayılmasına neden olmaktadır. Sporda şiddeti önlemeyi yönelik çıkarılan 6222 sayılı kanunla birlikte sosyal medya ortamlarında hakaret içerikli paylaşımlar yapmanın ağır cezaları bulunmaktadır. Ancak buna rağmen taraftarlar geri adım atmamakta, hatta 6222’yi bir kod olarak kullanıp bu kod üzerinden siyasal, homofobik, ırkçı ve etnik kökene dayalı, dini temelli nefret söylemleri üretmektedirler. Dolayısıyla bu çalışmada amaç, yeni medya platformlarından biri olan Twitter üzerinde taraftarlar tarafından hem 6222 kodu hem de önceden belirlenmiş anahtar kelimeler kullanılarak yapılan nefret söylemleri paylaşımlarını niteliklerine, kategorilere ve hangi hedef gruplarına yönelik yapıldığına yönelik tespitlerde bulunmaktır. Çalışma, yeni medyanın geleneksel medyaya oranla zor denetlenebilir ve spor alanında nefret söylemlerine maruz kalmanın yeni medyada çıkarılan kanunlara rağmen çok daha mümkün olması gibi olumsuz durumlara kanıtlayıcı veriler sunması nedeniyle oldukça önem arz etmektedir.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada yeni medya ortamlarının kullanıcı yorumlarına ve paylaşımlarına en açık ağlarından biri olan Twitter üzerindeki nefret söylemi içerikli paylaşımlar, Twitter'ın "Gelişmiş Arama" özelliğiyle önceden belirlenen anahtar kelimeler kullanılarak taratılmış ve daha sonra da bu paylaşımlar içerik çözümlemesine tabi tutulmuştur. İçerik çözümlemesi; iletişimin sözel, yazılı veya görsel olan içeriğinin nesnel, sistematik ve niceliksel (kantitatif) tanımlarını yapan araştırma tekniğidir.¹⁸⁷

İçerik çözümlemesi; insan etkileşimlerinin, gazete içeriklerinin, televizyon programlarının, roman ve filmlerdeki karakterlerin betimlemesini, çeşitli konuşmalarda ve haberlerde kullanılan söylemlerin incelenmesini ve daha birçok konuda kayıtlı olan metinlerin analiz edilmesini sağlayan bir yöntemdir.¹⁸⁸ Krippendorff'a göre bu yöntem, metin içeriklerinden yinelenebilir ve geçerli çıkarımlar yapan bir araştırma tekniğidir. Sözcükleri, ifadeleri, imgeleri ve sayısal kayıtları yapısal ve semantik bakımdan tanımlamak için kullanılmaktadır.¹⁸⁹ Yani içerik analizi; yazılı, sözlü ya da görsel içeriklerin niceliksel verilere dönüştürüldükten sonra ortaya çıkan istatistiksel verilerin kategorilere ayrılarak yorumlanmasını ve mevcut durumlara yönelik çıkarımlarda bulunmayı sağlamaktadır.¹⁹⁰ İçerik analizi; metin içinde geçen niteliklerin ne kadar sıklıkta tekrar edildiğini, hangi tutumla verildiğini ve içeriklerin biçimsel özelliklerini saptamaya yardımcı olduğundan¹⁹¹ Twitter analizi için çok boyutlu ve yöntem bilimsel bir model sağlamaktadır.¹⁹²

¹⁸⁷ Orhan Gökçe, **İçerik Çözümlemesi: Teori-Metod-Uygulama**, Genişletilmiş 3. Baskı, Konya, Selçuk Üniversitesi Vakfı, 2001, s. 7.

¹⁸⁸ Kimberly A. Neuendorf, **The Content Analysis Guidebook**, Thousand Oaks, California, Sage Publications, 2002, s. 1.

¹⁸⁹ Klaus Krippendorff, **Content Analysis: An Introduction to Its Methodology** 2nd ed., Thousand Oaks, CA, Sage, 2004, s. 18.

¹⁹⁰ Deniz Yengin, **İletişim Çalışmalarında Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları**, İstanbul, Der Yayınları, 2017, s. 76.

¹⁹¹ Haluk Geray, **Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş: İletişim Alanından Örneklerle**, Ankara, Genesis, 2011, s. 136.

¹⁹² Jessica Einspanner, Mark Dang-Anh, Caja Thimm, "Twitter Verilerinin Bilgisayar Destekli İçerik Analizi", **Twitter ve Toplum**, Ed. Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt ve Cornelius Puschmann, 157-170. İstanbul, Kafka: 2016, s. 166.

Dolayısıyla çalışma için Twitter’da taraftarlar arayıcılığıyla üretilen nefret söylemlerinin somut şekilde ortaya konması, ne sıklıkla, hangi tür kategorilerde ve hangi hedef gruplara karşı oluşturulduğunu tespit etmek için içerik analizinin önemli veri sağlayacağı düşünülmüştür. İçerik analizi birkaç aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar; araştırma sorularının ya da hipotezlerinin belirlenmesi, çözümleme birimlerinin saptanması, örneklemin belirlenmesi, kategorilerin oluşturulması, kodlama yapılması ve elde edilen bulguların yorumlanarak rapor hâline getirilmesini kapsamaktadır.¹⁹³

Web 2.0 içerikleri genelde kullanıcılar tarafından üretilen içerikler olduğu için bu içeriklerde kayıtlama birimi web sayfasındaki paragraflar, cümleler ya da taranan anahtar kelimeler olabilmektedir. Çalışmada örneklemin belirlenmesinde anahtar kelimeler kullanılmıştır. Anahtar kelime; kullanıcı paylaşımlarının başlık veya etiket kısmında geçen sözcüklerle eşlenerek arama yapılmasını sağlayan bir uygulamadır. Seçilen anahtar kelimeler, Uluslararası Hrant Dink Vakfı tarafından 2009 yılından beri ayrımcı dil ve nefret söylemlerine dikkat çekmek amacıyla Türkiye’de ulusal yayın yapan gazetelerin incelendiği “*Medyada Nefret Söyleminin İzlenmesi*” projesinde, 2017 yılı itibarıyla kullanılan cinsel kimlik-cinsel yönelim, etnik-ulusal kimlik ve dini kimlik ifadesi içeren kişi veya gruplara yönelik anahtar kelimeler referans alınarak belirlenmiştir.¹⁹⁴ Anahtar kelimeler oluşturulurken literatürde grupların karakteristik özelliklerine göre sınıflandırılmış cinsel yönelim ve kimlik, etnik-ulusal kimlik, dini kimlik ve hastalık, engellilik durumu ya da fiziksel özellik nefret söylemi kategorileri göz önünde bulundurulmuştur. Dolayısıyla buna ek olarak, çalışmanın literatür bölümünde de yer alan engellilere ve çeşitli hastalıklara yönelik nefret söylemleri kategorisine de uygun kimlik ifadeleri içeren anahtar kelimeler de belirlenmiştir. Tüm anahtar kelimeler, taraftarların Twitter üzerindeki nefret söylemi paylaşımlarında kullanılabileceği tahmin edilen kelimeler eklenerek çoğaltılmıştır.

¹⁹³ Besim Yıldırım, “İçerik Çözümlemesi Yönteminin Tarihsel Gelişimi Uygulama Alanları ve Aşamaları”, *İletişim Araştırmalarında Yöntemler: Uygulama ve Örneklerle*, 105-153, Konya, Literatürk Academia, 2015, s. 126.

¹⁹⁴ “2017 yılı itibarıyla Medyada Nefret Söyleminin İzlenmesi projesinde kullanılan anahtar kelimeler”, <https://hrantdink.org/attachments/article/256/Anahtar%20kelimeler.pdf>.

Çalışmada anahtar kelimeler yoluyla hangi kimliklere yönelik nefret söylemleri yapıldığının tespit edilmesi dışında bu söylemlerin doğrudan hangi hedef gruba yönelik olduğunu tespit edebilmek ve nefret söylemlerinin niteliklerinin ayrıştırılabilmesi amacıyla iki ayrı kategorilendirme daha yapılmıştır. Anahtar kelimelerle taratılan paylaşımlar; antrenörler, hakemler, sporcular, yöneticiler, rakip takım taraftarları, federasyonlar ve medya kuruluşları olmak üzere 7 ayrı hedef gruba yönelik nefret söylemi kategorisinde incelenmiştir. Analize tabi tutulan paylaşımlar arşivlenirken gelişmiş arama özelliğinden anahtar sözcük taraması dışında, içerisinde yalnızca #6222 geçen paylaşımlar da analize dahil edilmiştir. Böylece daha fazla nefret söylemi içerikli paylaşıma ulaşmak mümkün olmuştur. Dolayısıyla örneklemin oluşturulmasında “kartopu örneklem” modeli benimsenmiştir. Kartopu örneklem, kaynaktan edinilen bilgiler doğrultusunda diğer kaynaklara gidilerek örneklemin kartopu gibi büyüdüğü bir yöntemdir. Özellikle de araştırmacıların evrenin büyüklüğü ile ilgili fazla bilgi sahibi olamadığı veya evrene ilişkin bir bilginin bulunmadığı durumlarda yararlı bir teknik olmaktadır.¹⁹⁵

Analize dâhil edilen tüm paylaşımlar, Uluslararası Hrant Dink Vakfı tarafından daha önceki yıllara ait uluslararası çalışmalardan yararlanılarak ve Türkiye’ye özgü dil ve kültür farklılıklarının dikkate alınarak belirlendiği Abartma/Yükleme/Çarpıtma, Düşmanlık/Savaş, Küfür/Hakaret/Aşağılama ve Simgeleştirme olmak üzere dört genel kategoride değerlendirilmiştir. Paylaşımlarda birden fazla kategori tespit edildiği durumda, ayrıştırma yapabilmek için baskın olan kategori seçilmiştir. Ayrıca tüm paylaşımlarda, görsel içerik içeren ve içermeyenler için ayrıca kategorilendirme işlemi yapılmıştır. İçerik analizinde özellikle de kategorilerin açık ve net olması, farklı içeriklerin farklı kategorilerde yer alması değişkenler arasında karşılaştırma yapabilmek için önemli olmaktadır. Çünkü belirsiz kategoriler araştırmada güvenilirliği azaltmaktadır. Geçerliliğin sağlanması için de kayıtlanan veri üzerinde yapılacak analizin kodlama cetveliyle önceden belirlenmesi gerekmektedir.¹⁹⁶

¹⁹⁵ Belkıs Kümbetoğlu, **Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma**, İstanbul, Bağlam Yayıncılık, 2005, s. 98.

¹⁹⁶ Murat Sadullah Çebi, **İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi**, Ankara, Alternatif Yayınları, 2003, s. 85.

Araştırmada güvenilirlik ve geçerliliği sağlamak, nitel tablo ve grafikler elde edebilmek için tüm paylaşımlar kategorilere uygun şekilde kodlama cetvellerine kodlanmıştır. Anahtar kelime ve kategorilendirme yöntemi esas alınarak çalışmanın amacına uygun olarak seçilen gönderiler geriye dönük olarak incelenip kayıt altına alınmıştır. Web 2.0 uygulamalarında, geriye dönük kayıtlama yapılmadığı zaman gönderilerin tamamına ulaşamama ya da gönderilerin kısıtlanması/kaldırılması gibi riskler olması sebebiyle kayıtlama yapmak son derece önemli olmaktadır.

3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılığı

Araştırma kapsamında araştırmanın evreni, Haziran 2019-Aralık 2019 tarihleri arasında toplam 7 aylık bir süre boyunca taraftarların Twitter üzerinden önceden belirlenmiş olan anahtar kelimelerle ve 6222 kodunu kullanarak paylaşım yaptığı nefret söylemi içerikli gönderilerle sınırlandırılmıştır. Gönderilerin nefret söylemleri kategorilerine ve söylemlerin yapıldığı hedef gruplara göre daha pratik ve daha kısa sürede gruplandırılabilmesi için analizler, belirli bir tarih aralığı seçilerek ve belirli anahtar kelimeler kullanılarak yapılmıştır. İçerik analizinde daha kapsamlı bir nicel veri oluşturmak için tarih aralıkları daha fazla genişletilebilir, farklı paylaşımlara ulaşabilmek için yeni anahtar kelimeler eklenebilir ya da anahtar kelime ve kod ile tarama yapılmadan gönderiler analiz edilebilir.

Araştırmada analiz edilmek üzere kullanılan anahtar kelimeler ve kategorilerin gösterildiği tablolar ve resimler aşağıda sıralanmıştır:

Tablo 3.1. Araştırmada Kullanılan Anahtar Kelimeler

Cinsel Yönelim ve Kimlik	Etnik-Ulusal Kimlik	Dini Kimlik	Hastalık, Engellilik Durumu ve Fiziksel Özellik
LGBT	Kürt	Ateist	Bücür
Fahişe	Ermeni	Dindar	Kör
Eşcinsel	Rum	Hristiyan	Sağır
Tecavüz	Türk düşmanı	Müslüman	Özürlü
Travesti-Ultravesti	Suriyeli	Yahudi	Sakat
Karı gibi	Çingene	Gavur	Şişko
İbne	Yunan	Haçlı	Spastik
Sapık	Vatan haini	Gerici	Kanser
Kocan	İsrail-İsraili	Yobaz	Vitaminsız
Ananı	Fetöcü	Allahsız	Bacaksız
Erkek gibi	Arap	Kripto	Ruh Hastası

Tablo 3.2. Nefret Söylemi Hedef Grupları

Antrenör-Teknik Direktör	Rakip Takım-Kulüp
Hakem	Federasyon
Sporcu	Medya Kuruluşu
Taraftar-Taraftar Grubu	Yönetici

Tablo 3.3. Nefret Söylemi Genel Kategorileri ve İçerik Türü

GÖRSEL İÇERİK VAR	GÖRSEL İÇERİK YOK
Abartma/Yükleme/Çarpıtma	Abartma/Yükleme/Çarpıtma
Küfür/Hakaret/Aşağılama	Küfür/Hakaret/Aşağılama
Düşmanlık/Savaş	Düşmanlık/Savaş
Simgeleştirme	Simgeleştirme

Resim 3.1. 6222 Kodu Kullanılarak Yapılan Paylaşımlar İçin Kategorilere Göre Düzenlenmiş Kodlama Cetveli

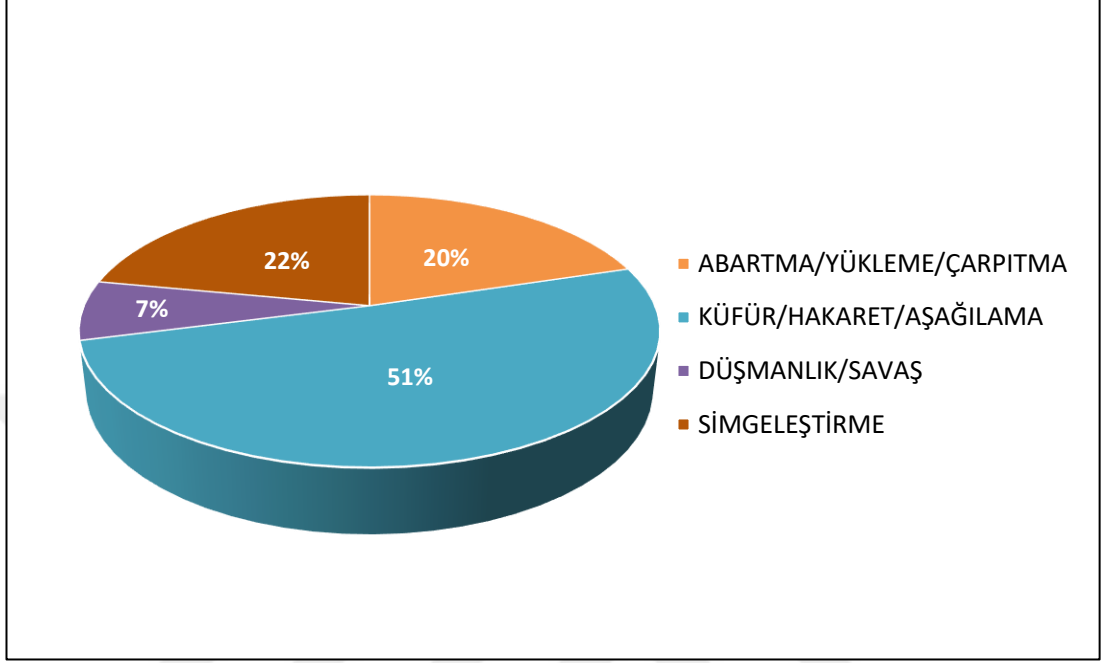
TARİHLER	ABARTMA/YÜKLEME/ÇARPITMA	KÜFÜR/HAKARET/AŞAĞILAMA	DÜŞMANLIK/SAVAŞ	SİMGELEŞTİRME	FOTOGRAFLI	FOTOGRAFSIZ	TOPLAM
Haziran							
Temmuz							
Ağustos							
Eylül							
Ekim							
Kasım							
Aralık							
AYLAR TOPLAM							
YÜZDE							

3.4. Bulgular ve Yorumlar

Araştırma kapsamında, Haziran 2019-Aralık 2019 tarihleri arasında paylaşılan nefret söylemi içerikli paylaşımlar analiz sürecine dahil edilmiştir. Analiz sonucunda toplamda 2861 gönderiye ulaşılmıştır. Bu gönderilerden 919 tanesine içerisinde hem 6222 hem de belirlenen anahtar kelimeler kullanılarak ulaşılmıştır. Kalan 1942 gönderi ise Haziran ve Aralık aylarını kapsayan 7 aylık zaman diliminde yalnızca 6222 kodu kullanılarak paylaşılan gönderilerden oluşmaktadır. Görsel içerik kullanılarak yapılan paylaşımlarla, görsel içerik kullanılmadan yapılan paylaşımlar da yüzdeleriyle grafiklerde karşılaştırılmıştır.

İlk olarak; hem 6222 kodu hem anahtar kelimeler kullanılarak ulaşılan 919 gönderi için nefret söylemi kategorileri ve paylaşım türüne göre oluşturulan grafikler aşağıda yer almaktadır.

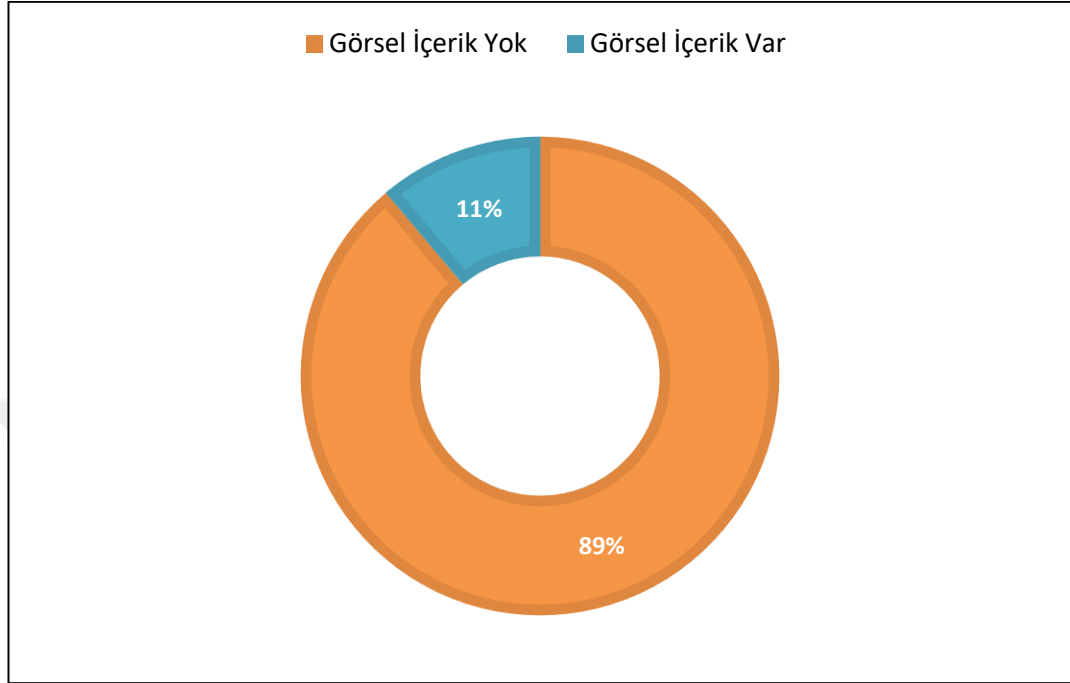
Şekil 3.1. Anahtar Kelimeler Kullanılarak Yapılan Paylaşımların Nefret Söylemi Kategorilerine Göre Dağılımı



Şekil 3.1.'e bakıldığında; %51 ile en fazla payı Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisi almıştır. Araştırmada anahtar kelimeler kullanarak taratılan tweetlerin tamamı da hedef gruplara yönelik küfür, hakaret ya da aşağılamada bulunmak için kullanılmıştır. Diğer en fazla dilim ise %22 ile Simgeleştirme kategorisine aittir. Özellikle de cinsel yönelim ve kimlik ve etnik-ulusal kimlik temelli anahtar kelimelerle taratılan tweetler için Simgeleştirme yani doğal kimlik ögesinin nefret, aşağılama unsuru olarak kullanılma sayısı çok fazladır. Bu durumun özellikle hangi anahtar kelimelerde fazlaştığı aşağıdaki grafiklerde gösterilecektir. %20 ile diğer dilimi alan Abartma/Yüklem/Çarpıtma kategorisine ait paylaşımların da fazla olduğunu söylemek mümkündür.

Etnik-ulusal kimlik, hastalık-fiziksel özellik ve dini kimlik ifadesi içeren anahtar kelimelerle taratılan tweetlerde nefret söylemlerinin bir durumu başka bir olaya bağlayarak, var olan durumu çarpıtarak ya da abartarak yer aldığı görülmüştür. Grafikteki en küçük dilim ise, %7 ile hedef gruplara yönelik olarak yapılan Düşmanlık/Savaş söylemlerine aittir.

Şekil 3.2. Anahtar Kelimeler Kullanılarak Yapılan Paylaşımların İçerik Türüne Göre Dağılımı

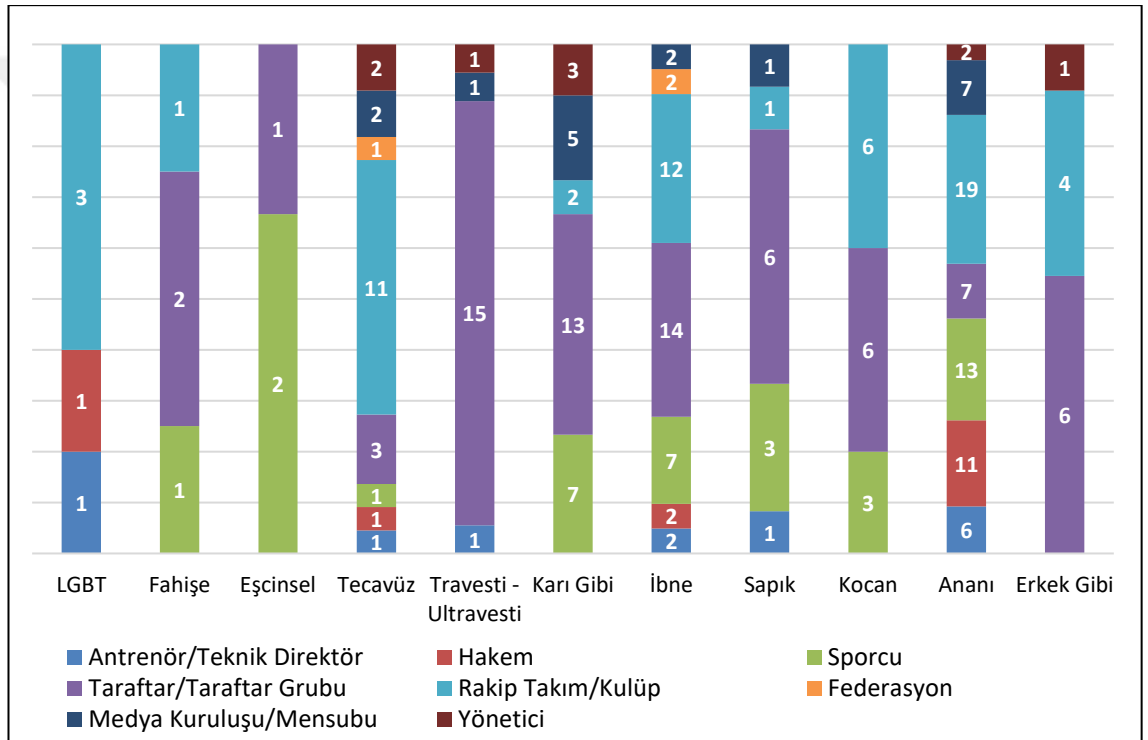


Twitter, kullanıcıların 280 karakter sınırlamasıyla yazdıkları metinler dışında görsel içerikleri kullanarak da paylaşım yapabildiği bir platformdur. Görsel içerikler bir nefret söylemi ögesi olarak kullanılarak paylaşımlar yapılmaktadır. Dolayısıyla da nefret söylemi içeren çoğu paylaşım görsel içerik kullanılarak da hedef gruplara yönlitilebilmektedir. Bu görsel içerikler fotoğraf, video, gif vs. olabilmektedir. Görsel ögesinin Web 2.0 uygulamalarında paylaşımı daha çok zenginleştirdiği ve nefret söylemlerinin çok daha net şekilde hedef gruplara ulaşmasına neden olduğu tahmin edilmektedir. Ancak Şekil 3.2.'ye bakıldığında anahtar kelimelerin yer aldığı görsel içerik kullanılmadan yapılan paylaşımların %89 oranıyla daha fazla olduğu görülmektedir. Taraftarların daha hızlı ve pratik şekilde, yalnızca söylemlerin gücüyle paylaşım yapma isteklerinin bunda etkili olduğu tahmin edilmektedir.

3.4.1. Cinsel Kimlik ve Yönelim Temelli Nefret Söylemleri

Çalışmada belirlenen tarihler arasında cinsel kimlik ve yönelim temelli anahtar kelimeleri içeren 227 paylaşıma ulaşılmıştır. Bu paylaşımlar hedef gruplara ve nefret söylemi kategorilerine göre iki ayrı şekilde kategorilere ayrılmış ve grafiklerle gösterilmiştir. Bu grafikler aşağıda yer almaktadır:

Şekil 1.3. Cinsel Kimlik ve Yönelim: Hedef Gruplara Göre Dağılım

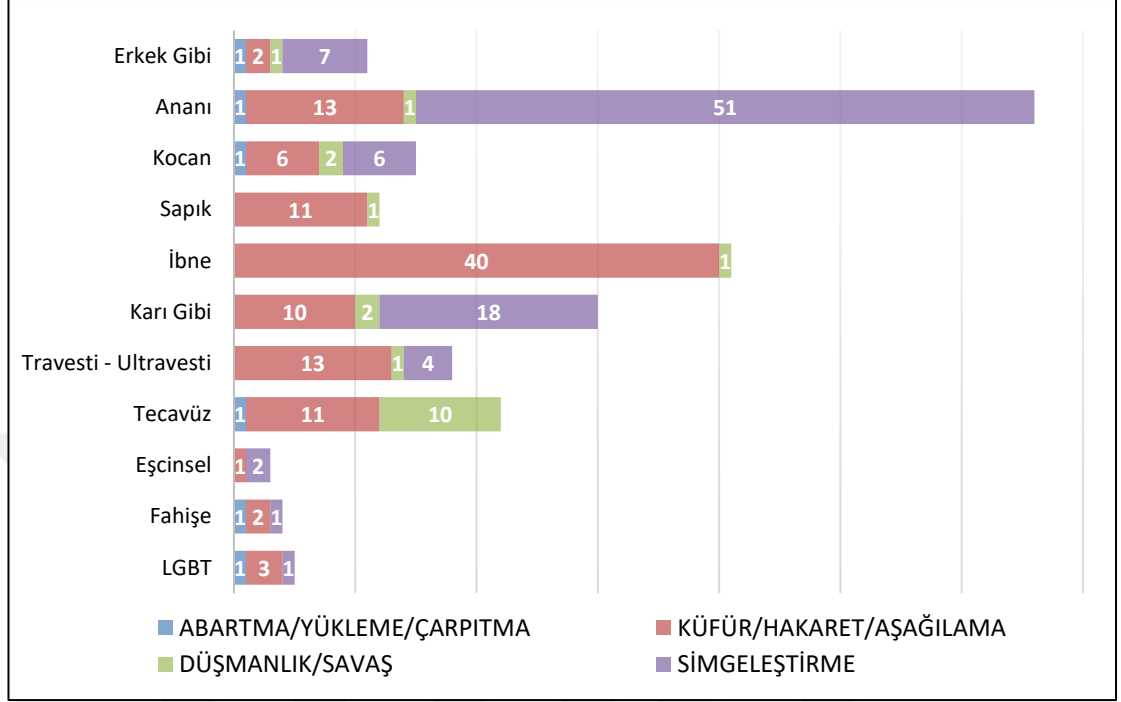


Bu grafikte cinsel kimlik ve yönelim temelli nefret söylemlerinin hedef gruplara göre dağılımları yer almaktadır. Grafığe bakıldığında en fazla paylaşımın toplam 66 tweet ile *ananı* anahtar kelimesiyle yapıldığı görülmektedir. Ondan sonra ise sırasıyla *ibne*, *karı gibi* ve *tecavüz* kelimeleri kullanılarak yapılan paylaşımlar gelmektedir. Paylaşımların hedef gruplara göre dağılımına bakıldığında ise, en fazla nefret söyleminin taraftar/taraftar grubuna ve rakip takım/kulüplere yönelik olduğu görülmektedir. Ondan sonra gelen nefret söylemi içerikli paylaşımlar ise sırasıyla sporculara, medya kuruluşlarına ya da mensuplarına, hakemlere ve antrenörlere yöneliktir.

Anahtar kelimeler kullanılarak hangi hedef gruplara yönelik nefret söylemi yapıldığına baktığımızda; *LGBT* kelimesi kullanılarak rakip takımlar/kulüpler, antrenörler ve hakemlerin, *Fahişe* kelimesi kullanılarak rakip takımlar/kulüpler, taraftar/taraftar grupları ve sporcuların, *Eşcinsel* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grupları ve sporcuların, *Tecavüz* kelimesi kullanılarak tüm hedef grupların, *Travesti-Ultravesti* kelimesi kullanılarak yönetici, taraftar/taraftar grupları, antrenör/teknik direktör, medya kuruluşu/mensubu, *Karı gibi* kelimesi kullanılarak yönetici, medya kuruluşu/mensubu, rakip takım/kulüp, taraftar/taraftar grubu, sporcu, *İbne* kelimesi kullanılarak yöneticiler hariç tüm grupların, *Sapık* kelimesi kullanılarak medya kuruluşu/mensubu, rakip takım/kulüp, taraftar/taraftar grubu, antrenör/teknik direktör ve sporcuların, *Kocan* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu, rakip takım/kulüp ve sporcuların, *Ananı* kelimesi kullanılarak federasyonlar hariç tüm grupların ve *Erkek gibi* kelimesiyle de rakip takım/kulüp, taraftar/taraftar grubu ve yöneticilerin hedef alındığı görülmektedir.

Grafiğe bakıldığında, cinsel kimlik ve yönelim temelli nefret söylemlerinin yöneticiler ve federasyonlar için diğer hedef gruplarından daha az olduğu görülmektedir. Taraftar/taraftar grupları, rakip takım/kulüpler ve sporcular cinsel kimlik ve yönelim temelli nefret söylemlerinin doğrudan hedefi olmaktadır. Dolayısıyla bu paylaşımların en çok onları etkilediği söylenebilir. Doğrudan hedef olan bu gruplar için anahtar kelimeler dikkate alınarak da bir değerlendirme yapılmalıdır. Şekil 3'te görüldüğü gibi taraftar/taraftar gruplarına yönelik paylaşımların en çok *travesti-ultravesti*, *ibne* ve *karı gibi* anahtar kelimeleri kullanılarak yapıldığı görülmektedir. Bu kelimeler, tribünlerde ve tezahüratlarda da oldukça kullanıldığı gibi sosyal medya paylaşımlarında da kullanılmaya devam edilmektedir. Rakip takım/kulüplere yönelik olan paylaşımlar en çok *ananı*, *ibne* ve *tecavüz* kelimeleri kullanılarak yapılırken; sporculara yönelik olan paylaşımlar ise gene *ananı* ve *ibne* kelimeleriyle birlikte, *karı gibi* kelimesi de kullanılarak yapılmaktadır.

Şekil 3.4. Cinsel Kimlik ve Yönelim: Nefret Söylemi Kategorilerine Göre Dağılım



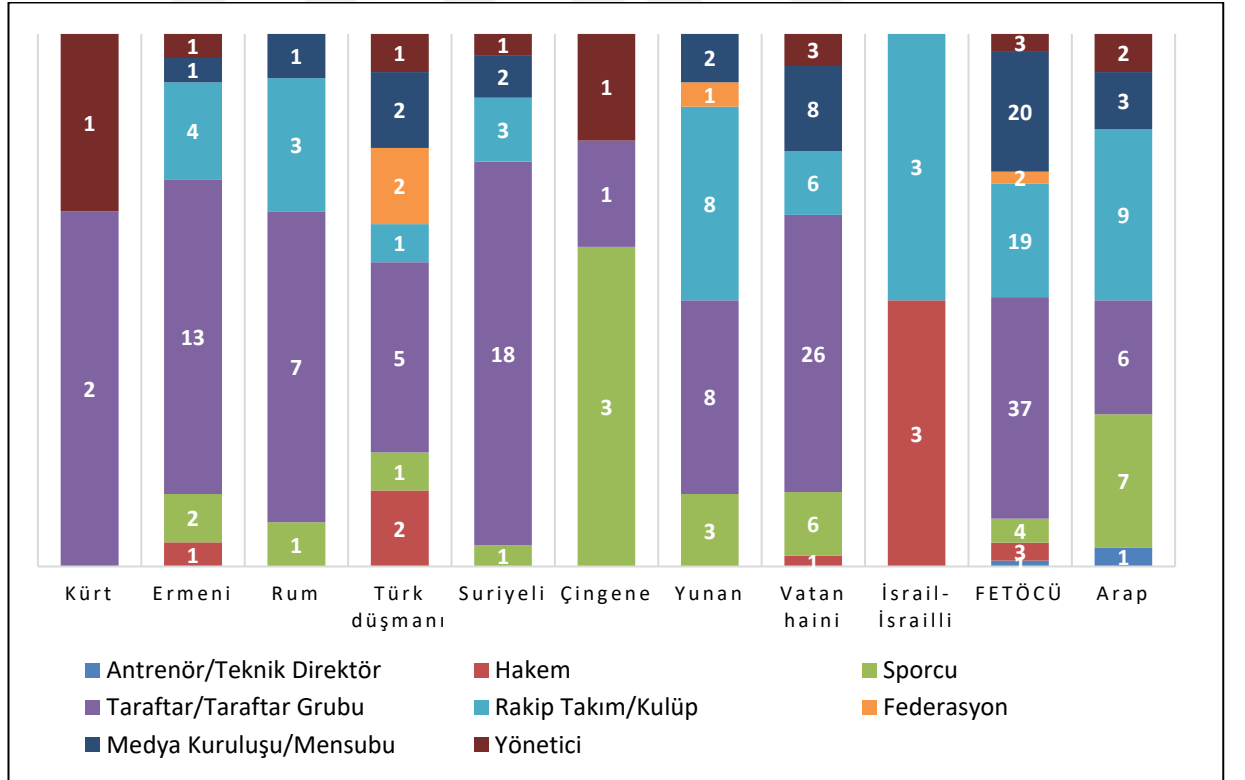
Cinsel kimlik ve yönelim temelli anahtar kelimelerle yapılan nefret söylemi paylaşımlarının grafiğine bakıldığında, Küfür/Hakaret/Aşağılama ve Simgeleştirme kategorilerinde paylaşımın daha çok yapıldığı görülmektedir. Tüm kategorilerde de kullanılan anahtar kelimeler; *Erkek Gibi*, *Ananı* ve *Kocan* kelimeleri olmuştur. Küfür/Hakaret/Aşağılama türündeki nefret söylemleri en çok *İbne* kelimesi kullanılarak yapılmaktadır. Bu kelime sporcuları, taraftarları ve diğer hedef grupları aşağılamak amacıyla kullanılmaktadır. Grafikte yer alan *Travesti-Ultravesti*, *Tecavüz*, *Sapık* gibi kelimeler de gene hedef gruplara hakarete bulunmak amacıyla kullanılmaktadır. Simgeleştirme kategorisindeki paylaşımların ise en çok *Ananı*, *Karı Gibi*, *Erkek Gibi* ve *Kocan* kelimeleriyle yapıldığı görülmektedir. Bu söylemlerle doğal bir kimlik ögesi olan “kadın” hakaret ve küfür yoluyla aşağılanmaktadır. Grafikte dikkat çeken bir karşılaştırma yapmak gerektiğinde; *Karı Gibi* anahtar kelimesiyle hedef gruplara toplamda 30 nefret söylemi paylaşımı yapılırken ve bu kelime kadın cinsiyetini aşağılamak için kullanılırken, *Erkek Gibi* kelimesiyle toplamda 11 nefret söylemi paylaşımı yapılmıştır. Dolayısıyla cinsel kimlik ve yönelim temelli nefret söylemlerinin daha çok kadın cinsiyetini aşağılayan bir yapısı olduğunu söylemek mümkündür.

Grafikte yer alan *LGBT*, *Eşcinsel*, *Fahişe* gibi anahtar kelimelerin yer aldığı nefret söylemi paylaşımı ise daha azdır. Ancak bu anahtar kelimelerle de Küfür/Hakaret/Aşağılama, Abartma/Çarpıtma/Yükleme ve Simgeleştirme kategorilerinde nefret söylemi paylaşımı yapılması, kadınlar dışında LGBTİ bireylere de yönelik nefret söylemleri üretildiğini göstermektedir.

3.4.2. Etnik-Ulusal Kimlik Temelli Nefret Söylemleri

Çalışmada belirlenen tarihler arasında etnik-ulusal kimlik temelli anahtar kelimeleri içeren 275 paylaşıma ulaşılmıştır. Bu paylaşımlar hedef gruplara ve nefret söylemi kategorilerine göre iki ayrı şekilde kategorilere ayrılmış ve grafiklerle gösterilmiştir. Bu grafikler aşağıda yer almaktadır:

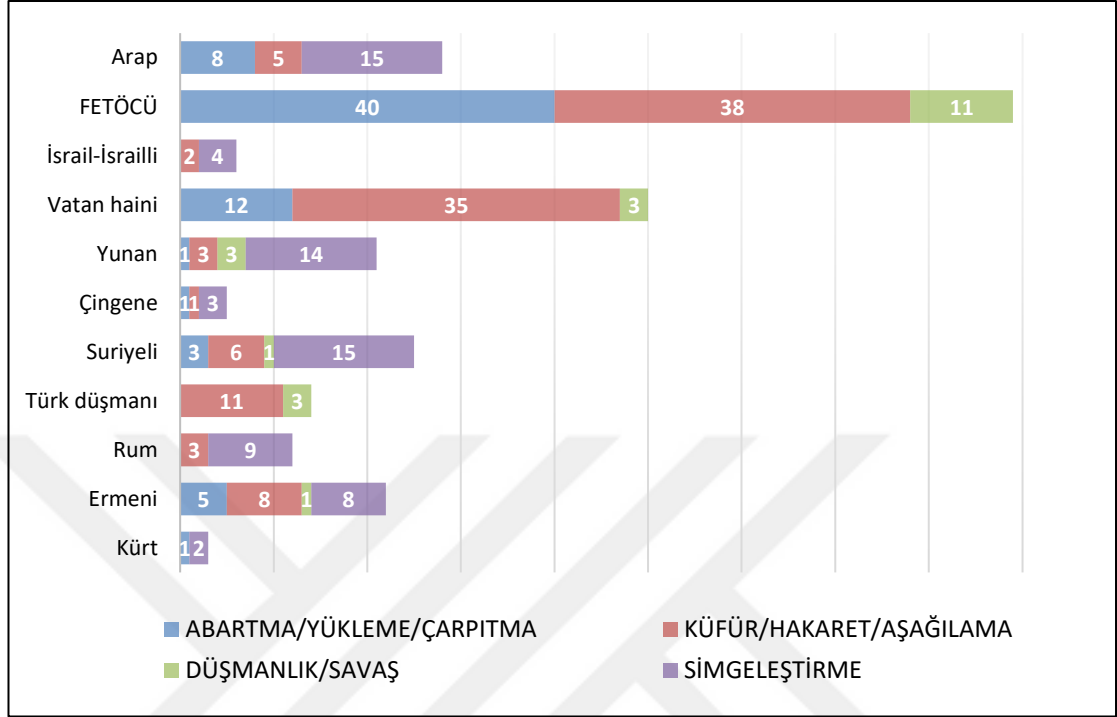
Şekil 3.5. Etnik-Ulusal Kimlik: Hedef Gruplarına Göre Dağılım



Bu grafikte etnik-ulusal kimlik temelli nefret söylemlerinin hedef gruplara göre dağılımları yer almaktadır. Grafığe bakıldığında en fazla nefret söyleminin 89 paylaşım ile *Fetöcü* ve 50 paylaşım ile de *Vatan haini* anahtar kelimeleri kullanılarak yapıldığı görülmektedir. Bunlar dışında *Arap*, *Suriyeli* ve *Ermeni* anahtar kelimelerinin de kullanılarak nefret söylemleri paylaşımı yapıldığı görülmektedir. Anahtar kelimelerin hangi hedef gruplar için kullanıldığında sırasıyla baktığımızda; *Kürt* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu ve yöneticilerin, *Ermeni* kelimesi kullanılarak yönetici, medya kuruluşu/mensubu, rakip takım/kulüp, taraftar/taraftar grubu, sporcu ve hakemlerin, *Rum* kelimesi kullanılarak medya kuruluşu/mensubu, rakip takım/kulüp, taraftar/taraftar grubu ve sporcuların, *Türk düşmanı* kelimesi kullanılarak antrenör/teknik direktör dışında tüm grupların, *Suriyeli* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu, rakip takımlar/kulüpler, medya kuruluşu/mensubu, yönetici ve sporcuların, *Çingene* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu, sporcu ve yöneticilerin, *Yunan* kelimesi kullanılarak medya kuruluşu/mensubu, federasyon, rakip takım/kulüp, taraftar/taraftar grubu ve sporcuların, *Vatan haini* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu, rakip takımlar/kulüpler, medya kuruluşu/mensubu, yönetici, sporcu ve hakemlerin, *İsrail-İsraili* kelimesi kullanılarak rakip takımlar/kulüpler ve hakemlerin, *Fetöcü* kelimesi kullanılarak tüm hedef grupların, *Arap* kelimesi kullanılarak da medya kuruluşu/mensubu, rakip takım/kulüp, taraftar/taraftar grubu, antrenör/teknik direktör, yönetici ve sporcuların hedef alındığı görülmektedir.

Yapılan paylaşımlarda nefret söylemlerinin özellikle de en fazla taraftar/taraftar grubu için yapıldığı söylenebilir. Grafikte taraftar/taraftar gruplarına yönelik söylemlere bakıldığında; *Fetöcü* kelimesiyle 37, *Vatan haini* kelimesiyle 26, *Suriyeli* kelimesiyle 18 ve *Ermeni* kelimesiyle de yapılan 13 paylaşım grafikte büyük payı oluşturmaktadır. Taraftarlar ve taraftar gruplarından sonra en çok rakip takım/kulüpler ve medya kuruluşları/mensupları hedef alınmaktadır. Rakip takım/kulüpler ve medya kuruluşları/mensupları için en çok *Fetöcü* kelimesi kullanılarak paylaşım yapılmıştır. Bu paylaşımlarda rakip takımlar ve medya kuruluşları FETÖ'ye hizmet etmekle suçlanmaktadır.

Şekil 3.6. Etnik-Ulusal Kimlik: Nefret Söylemi Kategorilerine Göre Dağılım



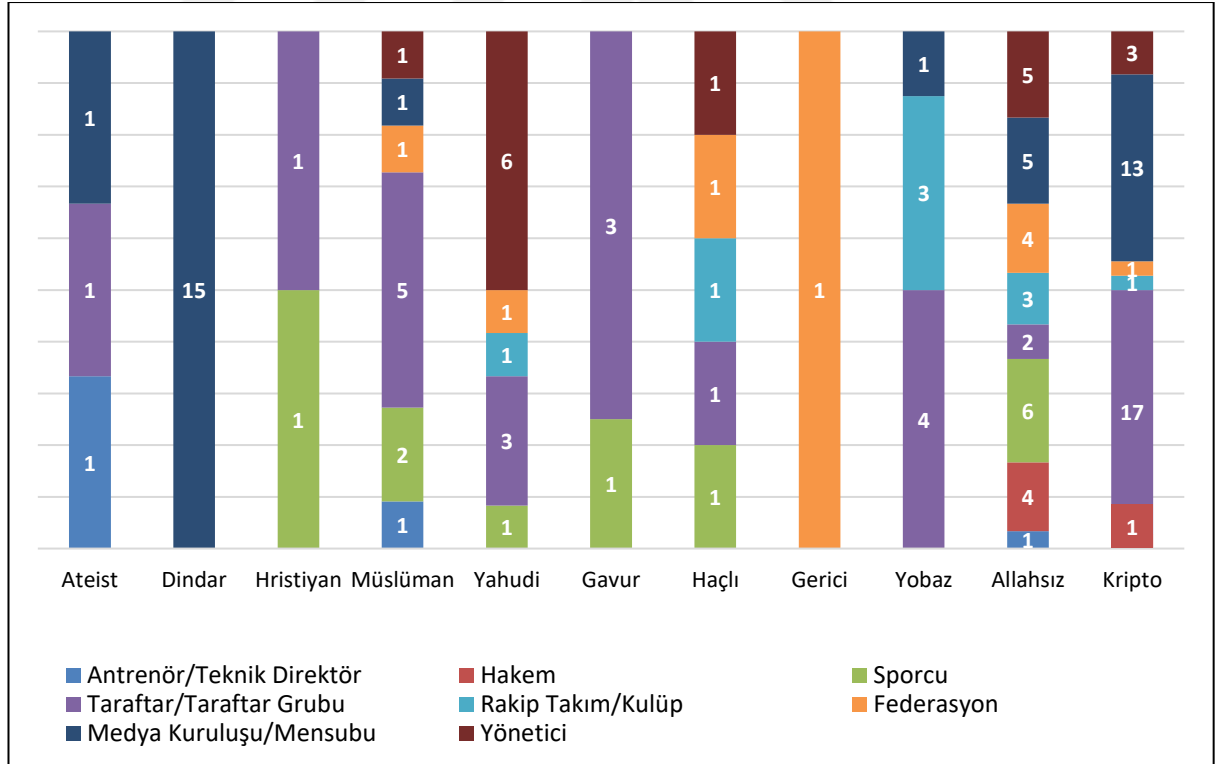
Etnik-Ulusal kimlik temelli anahtar kelimelerle yapılan nefret söylemlerinin grafiğine bakıldığında, Küfür/Hakaret/Aşağılama, Abartma/Yükleme/Çarpıtma, Simgeleştirme kategorilerinde paylaşımın daha çok yapıldığı görülmektedir. Tüm kategorilerde de paylaşım yapmak için kullanılan anahtar kelimeler; *Yunan*, *Suriyeli* ve *Ermeni* kelimeleri olmuştur. Simgeleştirme kategorisindeki paylaşımlarda *Suriyeli* ve *Arap* kelimeleri kullanılarak yapılan paylaşım sayısı eşittir. Ondan sonra ise en fazla *Yunan* ve *Ermeni* kelimeleriyle paylaşım yapılmıştır. Zaten Suriyeliler, Araplar, Yunanlılar ve Ermeniler yeni medya platformlarında aşağılayıcı ve hakaret dolu nefret söylemlerine en fazla maruz kalan topluluklardandır. Bu durumun spor üzerine paylaşım yapılan ortamlarda da değişmediği görülmektedir. Şekil 7’de görüldüğü gibi Abartma/Yükleme/Çarpıtma kategorisinde 40 Tweet ile en fazla paylaşım Fetöcü kelimesi kullanılarak yapılmıştır. Paylaşımlarda rakip takımlar, medya kuruluşları ve mensupları, taraftarlar ve taraftar grupları, sporcular ve yöneticiler FETÖ’ye hizmet etmekle suçlandığı için paylaşımlarda yüklem ve çarpıtmalar söz konusu olmaktadır. Gene grafikte görüldüğü Düşmanlık/Savaş söylemi kategorisindeki paylaşımlar da bu hedef gruplara en çok FETÖ üzerinden yapılmaktadır.

Küfür/Hakaret/Aşağılama ve Abartma/Yükleme/Çarpıtma kategorisine bakıldığında ise, yine en fazla nefret söylemi paylaşımlarının *Fetöcü* ve *Vatan haini* kelimesiyle yapıldığı görülmektedir. *Rum*, *Çingene*, *Kürt* kelimeleri kullanılarak yapılan paylaşımlar diğerlerine göre daha az olsa da bu kimlikler üzerinden de nefret söylemleri yapılmaktadır.

3.4.3. Dini Kimlik Temelli Nefret Söylemleri

Çalışmada belirlenen tarihler arasında dini kimlik temelli anahtar kelimeleri içeren 127 paylaşıma ulaşılmıştır. Bu paylaşımlar hedef gruplara ve nefret söylemi kategorilerine göre iki ayrı şekilde kategorilere ayrılmış ve grafiklerle gösterilmiştir. Bu grafikler aşağıda yer almaktadır:

Şekil 3.2. Dini Kimlik: Hedef Gruplara Göre Dağılım

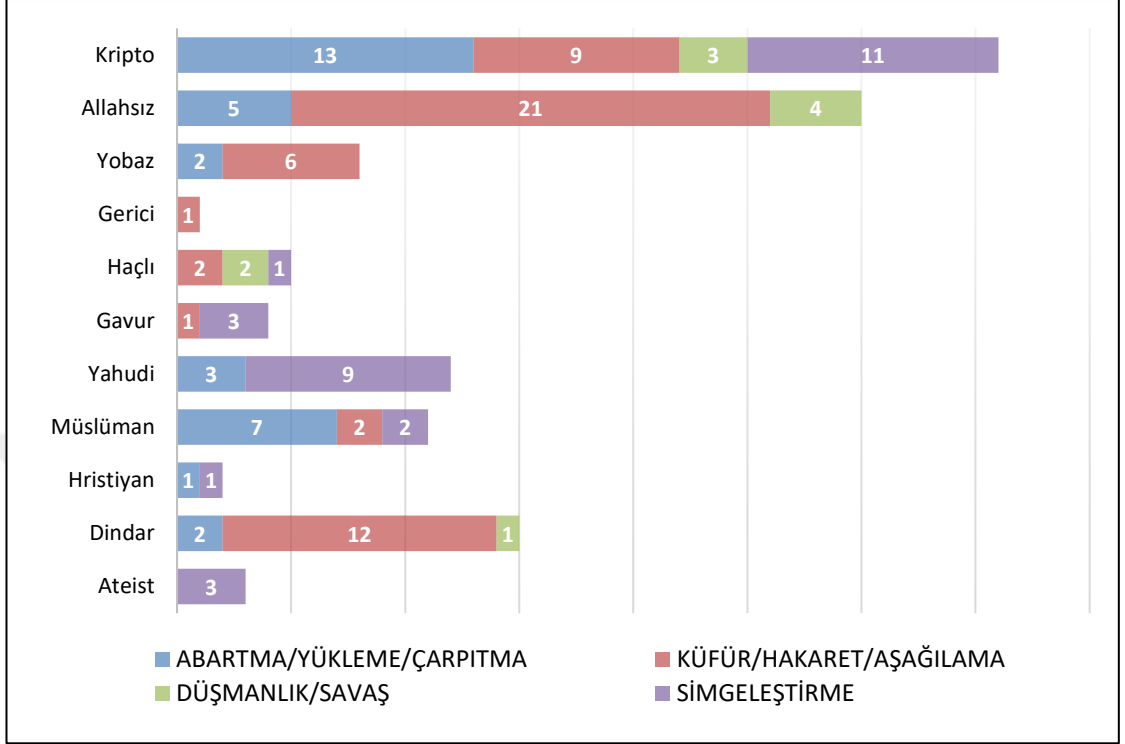


Şekil 3.7.'de dini kimlik temelli nefret söylemlerinin hedef gruplara göre dağılımları yer almaktadır. Grafiğe bakıldığında, en fazla nefret söyleminin yapıldığı hedef grubun 37 paylaşımla taraftar/taraftar grubu ve 36 paylaşımla medya kuruluşları/mensupları olduğu görülmektedir. Taraftar/taraftar grubu için en fazla paylaşım *Kripto* kelimesi kullanılarak yapılmıştır. Taraftar ve taraftar grupları bu kelimeyi kullanılarak hakarete uğramaktadırlar. Ayrıca olayları saptırmak, taraftarlara yüklemek amacıyla da paylaşımlar yapılmaktadır. Medya kuruluşları/mensupları için de en fazla paylaşım *Dindar* ve *Kripto* kelimesi kullanılarak yapılmıştır. Medya kuruluşları ve gazeteci, spiker ya da yorumcular dindarlıkla ve kripto sıfatıyla düşmanca ve hakaret içeren söylemlere maruz kalmaktadır.

Tüm anahtar kelimelerin hangi hedef gruplar için kullanıldığında sırasıyla baktığımızda; *Ateist* kelimesi kullanılarak medya kuruluşları/mensupları, taraftar/taraftar grupları ve antrenör/teknik direktörlerin, *Dindar* kelimesi kullanılarak yalnızca medya kuruluşu/mensuplarının, *Hristiyan* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu ve sporcuların, *Müslüman* kelimesi kullanılarak antrenör/teknik direktörler, medya kuruluşları/mensupları, taraftar/taraftar grupları, yöneticiler, sporcular ve federasyonların, *Yahudi* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu, rakip takım/kulüpler, hakem, federasyon ve yöneticilerin, *Gavur* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grupları ve sporcuların, *Haçlı* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu, rakip takım/kulüpler, yönetici, sporcu ve federasyonların, *Gericici* kelimesi için sadece federasyonların, *Yobaz* kelimesi için medya kuruluşları/mensupları, taraftar/taraftar grupları ve antrenör/teknik direktörlerin, *Allahsız* kelimesi için tüm hedef grupların, *Kripto* kelimesi kullanılarak medya kuruluşları/mensupları, taraftar/taraftar grupları, rakip takım/kulüpler, hakemler, yöneticiler ve federasyonların hedef alındığı görülmektedir.

Grafiğe bakıldığında *Allahsız* kelimesinin tüm hedef gruplar için kullanıldığı görülmektedir. Bu kelime ile küfür ve hakaret içerikli nefret söylemleri yapılmaktadır. Genel olarak dini kimlik temelli nefret söylemleri için en çok paylaşım; *Müslüman*, *Yahudi*, *Haçlı*, *Allahsız* ve *Kripto* kelimeleriyle yapılmıştır.

Şekil 3.3. Dini Kimlik: Nefret Söylemi Kategorilerine Göre Dağılım



Dini kimlik temelli anahtar kelimelerle yapılan nefret söylemlerinin grafiğine bakıldığında, en fazla Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisinde paylaşım yapıldığı görülmektedir. Daha sonra ise Abartma/Yüklem/Çarpıtma ve Simgeleştirme kategorilerinde fazla sayıda paylaşım yapılmıştır. Düşmanlık/Savaş söylemi kategorisinde, diğer kategorilere göre daha az paylaşım yapılmıştır. Tüm kategorilerde de paylaşım yapmak için kullanılan anahtar kelime *Kripto* olmuştur. Diğer anahtar kelimeler için en fazla üç kategoride paylaşım yapılmıştır.

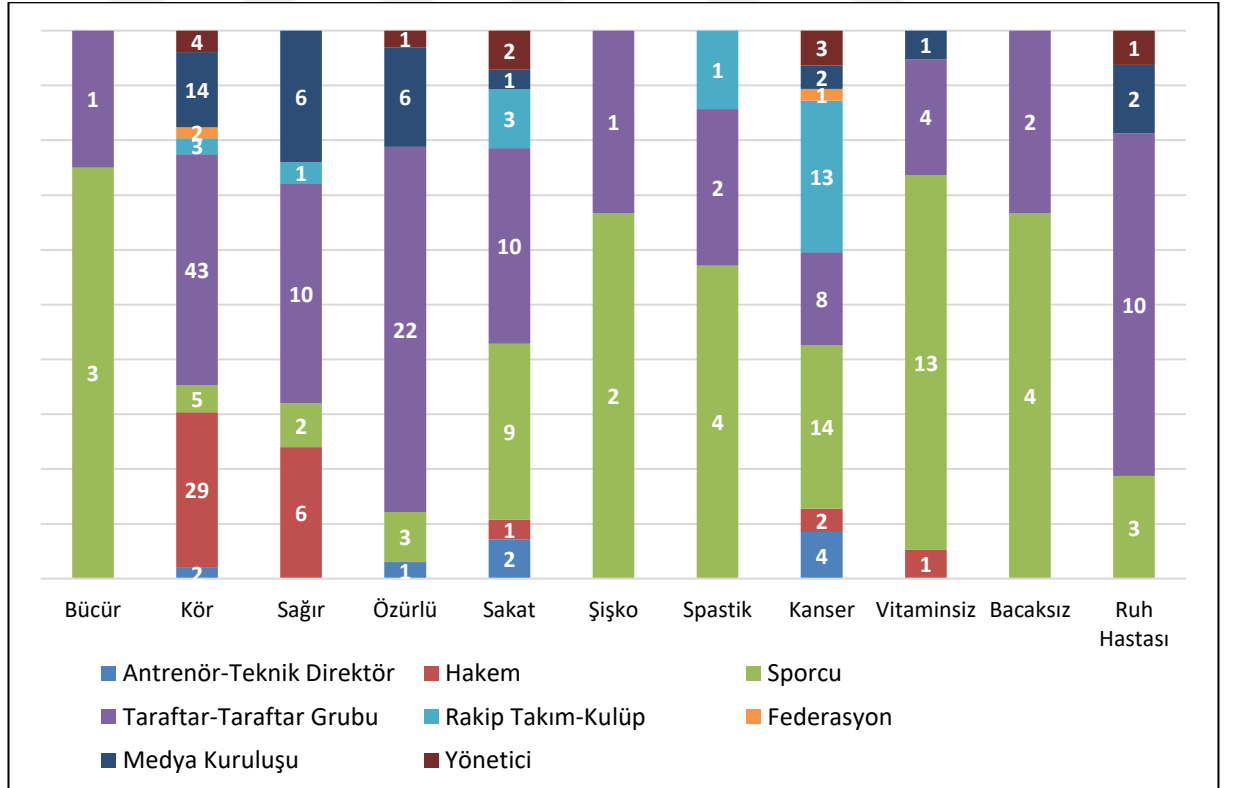
Şekil 3.8.'de de görüldüğü gibi Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisinde en fazla paylaşım *Allahsız* kelimesi kullanılarak yapılmıştır. Daha sonra ise *Dindar*, *Kripto* ve *Yobaz* kelimeleriyle yapılan paylaşımlar gelmektedir. Abartma/Yüklem/Çarpıtma ve Simgeleştirme kategorilerinde de en fazla paylaşım gene *Kripto* kelimesiyle yapılmıştır. *Kripto* kelimesi hedef gruplara hem küfretmek, doğal bir kimlik ögesi olarak aşağılamak, olayları saptırmak ve abartarak hedef gruplara yüklemek, ayrıca da düşmanlık belirten söylemler yapmak amacıyla Twitter'daki paylaşımlarda kullanılmıştır. Dolayısıyla da tüm kategorilerde paylaşımlara dâhil olan bir anahtar kelime olmuştur.

Simgeleştirme kategorisinde kullanılan diğer anahtar kelimeler arasında *Yahudi*, *Ateist*, *Müslüman* ve *Haçlı* kelimesi de bulunmaktadır. Bu paylaşımlarla Yahudilik, Müslümanlık ve Ateistlik üzerinden sporun içindeki hedef gruplar aşağılanmaktadır. Grafikte görüldüğü gibi Düşmanlık/Savaş kategorisinde de *Allahsız*, *Kripto*, *Haçlı* ve *Dindar* kelimeleri kullanılarak hedef gruplara yönelik düşmanca paylaşımlarda bulunulmuştur.

3.4.4. Hastalık-Fiziksel Özellik Temelli Nefret Söylemleri

Çalışmada belirlenen tarihler arasında hastalık-fiziksel özellik temelli anahtar kelimeleri içeren 290 paylaşıma ulaşılmıştır. Bu paylaşımlar hedef gruplara ve nefret söylemi kategorilerine göre iki ayrı şekilde kategorilere ayrılmış ve grafiklerle gösterilmiştir. Bu grafikler aşağıda yer almaktadır:

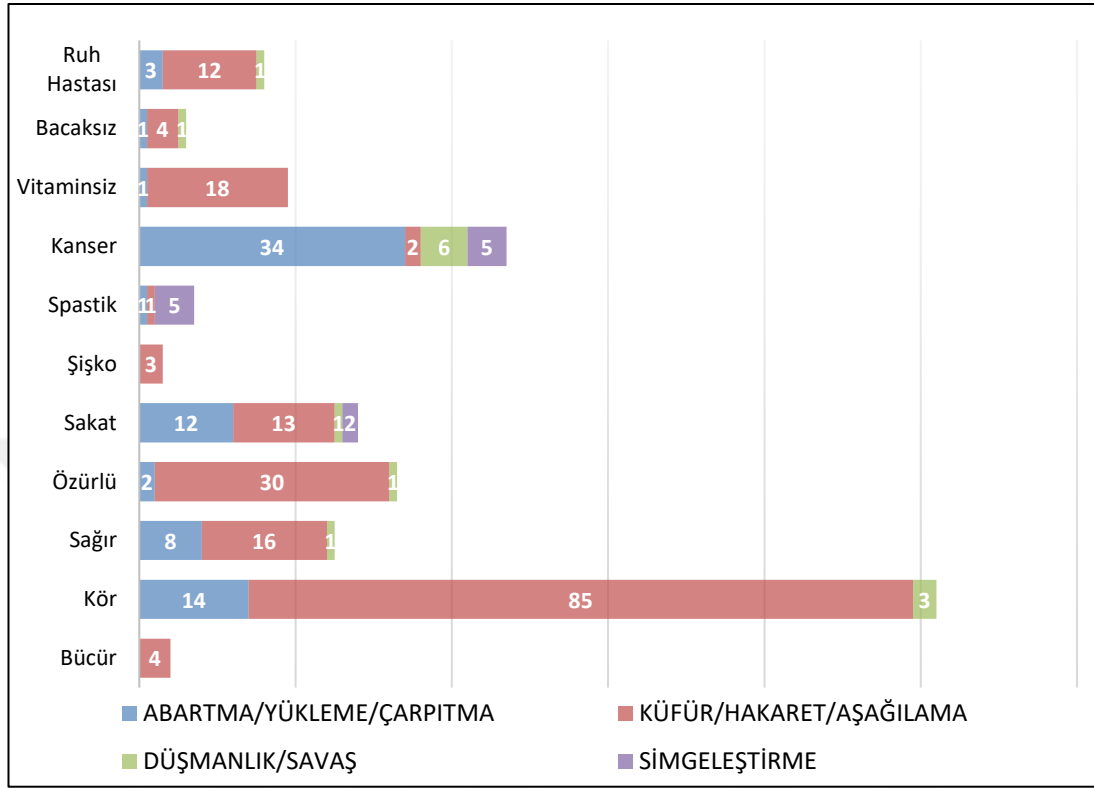
Şekil 3.4. Hastalık-Fiziksel Özellik Temelli Nefret Söylemleri



Bu grafikte hastalık-fiziksel özellik temelli nefret söylemlerinin hedef gruplara göre dağılımları yer almaktadır. Grafiğe bakıldığında en fazla paylaşımın 102 paylaşım ile *Kör* kelimesi ile yapıldığı görülmektedir. Tüm anahtar kelimelerin hangi hedef gruplar için kullanıldığında sırasıyla bakıldığında; *Bücür* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu ve sporcuların, *Kör* kelimesi kullanılarak tüm hedef grupların, *Sağır* kelimesi kullanılarak medya kuruluşu/mensubu, rakip takım/kulüp, taraftar/taraftar grubu, hakem ve sporcuların, *Özürlü* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu, medya kuruluşu/mensubu, antrenör/teknik direktör, hakem, sporcu ve yöneticilerin, *Sakat* kelimesi kullanılarak federasyonlar hariç tüm hedef grupların, *Şişko* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu ve sporcuların, *Spastik* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu, rakip takım/kulüp ve sporcuların, *Kanser* kelimesi kullanılarak tüm hedef grupların, *Vitaminsiz* kelimesi kullanılarak medya kuruluşu/mensubu, taraftar/taraftar grubu, hakem ve sporcuların, *Bacaksız* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu ve sporcuların, *Ruh hastası* kelimesi kullanılarak da medya kuruluşu/mensubu, taraftar/taraftar grubu, yönetici ve sporcuların hedef alındığı görülmektedir.

Bu anahtar kelimeler arasında tüm hedef gruplar için yapılan paylaşımlarda da kullanılan kelimeler *Kör* ve *Kanser* kelimeleri olmuştur. *Kör* kelimesine bakıldığında özellikle de taraftar/taraftar grubu ve hakemlerin daha çok hedef alındığı görülmektedir. Hakemlere ve taraftarlara yönelik olan paylaşımlarda hakaret ve aşağılama yapılırken bu söylemler görme engelliler için de bir nefret unsuru oluşturmaktadır. Yine *kanser* kelimesiyle de hedef gruplara yönelik hakaret içerikli paylaşımlar yapılırken, kanser hastaları için de nefret unsuru olan paylaşımlar yapılmaktadır. Grafikte diğer dikkat çekici unsur taraftar/taraftar grubu ve sporcuların tüm hastalık-fiziksel özellik temelli anahtar kelimelerin kullanıldığı paylaşımlarda hedef grup olmalarıdır. Dolayısıyla dış görünüme ve hastalıkla ilgili nefret söylemlerine en çok taraftarların ve sporcuların maruz kaldığını söylemek mümkündür. Hastalık-fiziksel özellik temelli anahtar kelimelerin kullanıldığı paylaşımlarda nefret söylemlerine en az maruz kalan hedef grup ise federasyonlar, yöneticiler ve antrenörlerdir.

Şekil 3.5. Hastalık-Fiziksel Özellik: Nefret Söylemi Kategorilerine Göre Dağılım



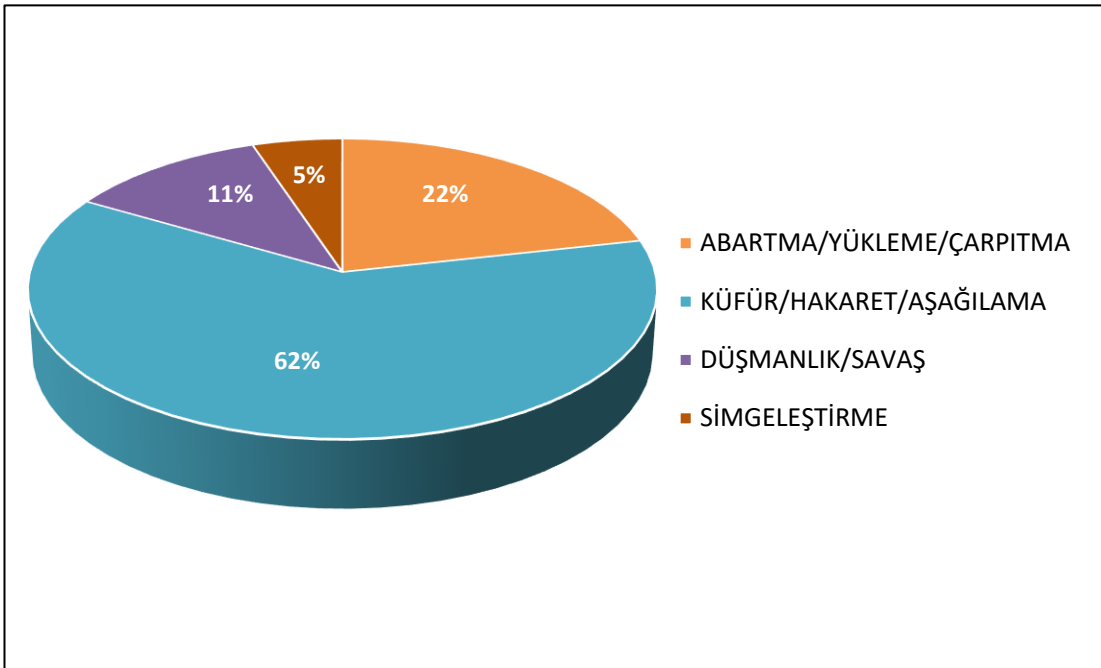
Hastalık-Fiziksel özellik temelli anahtar kelimelerle yapılan nefret söylemlerinin grafiğine bakıldığında, en fazla Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisinde paylaşım yapıldığı görülmektedir. Hatta bu kategoriye ait söylemler için tüm anahtar kelimeler de kullanılmıştır. Belli bir dış görünüş özelliği, genetik durumlar ve hastalıkların hedef gruplar için küfür, aşağılama ve hakaret ögesi olduğunu söylemek mümkündür. Küfür/Hakaret/Aşağılama içeren paylaşım en fazla *Kör* kelimesiyle yapılmıştır. Ondan sonra gelen diğer hakaret ve aşağılama söylemleri için *Özürlü*, *Vitaminsız*, *Sağır*, *Sakat*, *Ruh hastası*, *Bücür*, *Bacaksız*, *Şişko*, *Kanser* ve *Spastik* kelimeleri kullanılmıştır. Bu söylemlerle hedef gruplara fiziksel özellikleri üzerinden hakaret edilirken aynı zamanda engellilik görme, işitme ya da bedensel engelli bireyler de aşağılanmaktadır. Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisinden sonra en fazla paylaşım Abartma/Yüklem/Çarpıtma kategorisinde yapılmıştır. Bu kategoride de *Şişko* ve *Bücür* hariç tüm anahtar kelimeler kullanılmıştır. Abartma/Yüklem/Çarpıtma kategorisinde en fazla kullanılan kelime *Kanser* olmuştur.

Özellikle de sporcuların, rakip takımların ve kulüplerin spor izleyicilerini kanser ettiğine dair paylaşımlar yapılarak yükleme ve çarpıtma kategorisine uygun içerikler paylaşılmıştır. Daha çok hakemler için kullanılan *Kör* kelimesiyle de hakemlerin “kör” olmaları sebebiyle işlerini yapamadıklarını belirten çarpıtma paylaşımları yapılmıştır. Grafiğe bakıldığında Düşmanlık/Savaş ve Simgeleştirme kategorilerine ait paylaşımların diğer iki kategoriye göre daha az olduğu görülmektedir. Ayrıca Simgeleştirme ve Düşmanlık/Savaş kategorisindeki paylaşımların en az olduğu nefret söylemleri, hastalık-fiziksel özellik temelli nefret söylemleri olmuştur.

3.4.5. 6222 Kodu Kullanılarak Yapılan Nefret Söylemi Paylaşımları

Haziran 2019-Aralık 2019 tarihleri arasında, 7 aylık bir süreç sonunda 6222 kodu kullanılarak paylaşım yapılan tweet sayısı 1942 olmuştur. Bu sayı hem nefret söylemi kategorilerine göre hem de paylaşımların içerik türüne göre yüzdeli grafiklerle gösterilmiştir. Bu grafikler aşağıda yer almaktadır:

Şekil 3.6. 6222 Kodu Kullanılarak Yapılan Paylaşımların Nefret Söylemi Kategorilerine Göre Dağılımı



Şekil 3.11.'de Haziran ve Aralık aylarını kapsayan 7 aylık zaman diliminde, 6222 kodu kullanılarak yapılan 1942 paylaşımın nefret söylemleri kategorilerine göre dağılımları yer almaktadır. 6222 kodu kullanılarak en fazla paylaşım %62 oranıyla Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisinde yapılmıştır. Taraftarlar için yapılan paylaşımlarda antrenörler, sporcular, federasyonlar, taraftarlar, rakip takımlar, medya kuruluşları ve mensupları hedef grup olarak aşağılanmakta ve bu hedef gruplara 6222 kodu kullanılarak söylemler üretilmektedir.

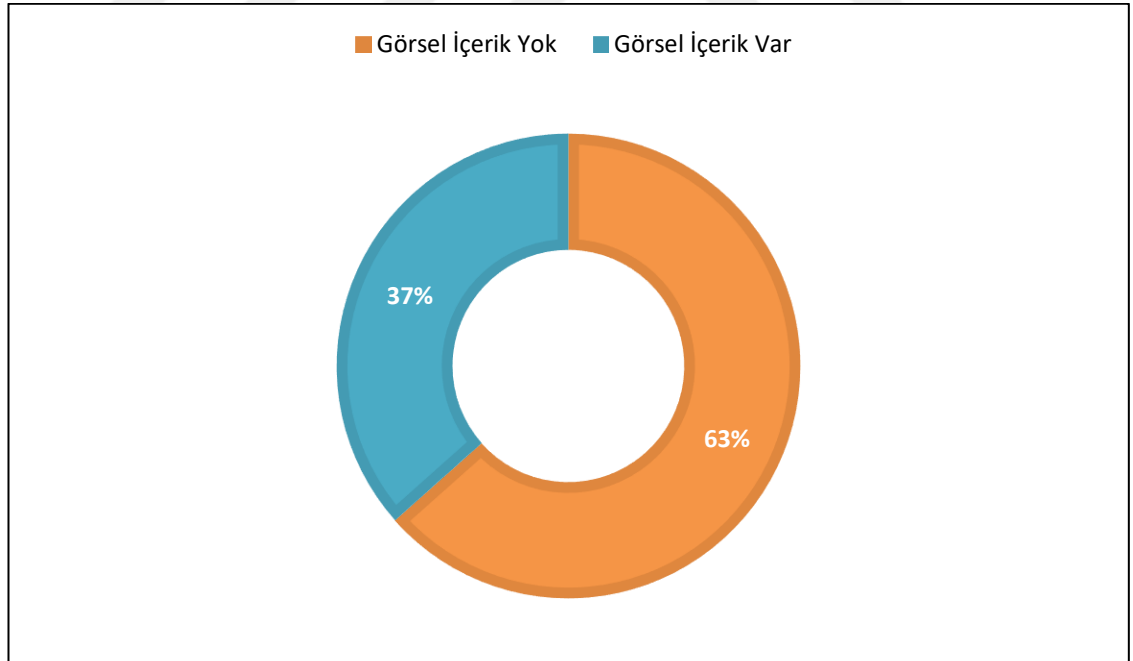
6222 sayılı kanun, sporda şiddeti önlemek amacıyla çıkarılmış bir kanundur. Bu kanunun aynı zamanda sosyal medyayı denetleyici maddeleri de bulunmaktadır. Dolayısıyla da sosyal medya platformlarında hakaret ve küfredmenin para cezası gibi cezaları olmaktadır. Bu kanun ile beraber sosyal medya kullanıcıları paylaşımlarını hakaret ve küfür içerikli olmadan yapmamaya başlamışlardır. Ancak eklerde de tüm maddeleri yer alan bu kanun yeni medya ortamlarında nefret söylemi içerikli paylaşımların yapılmasında tamamen etkili olmamıştır. Hatta kullanıcılar yaratıcı yollarla bu söylemleri yeniden üretmektedirler. Bu yollardan birisi de taraftarların yaptıkları hakaret ve küfür içerikli paylaşımları ceza yememek için küfür, hakaret, düşmanlık ifadesi bulunan paylaşımlar yerine 6222 kanun sayısını bir kod olarak kullanmalarındır. Örnek verilecek olursa, “O. Çocuğu Fatih Terim” demek yerine “6222 çocuğu Fatih Terim”, “Senin gibi hocaya 6222, sen büyük takım hocası olamazsın!”, “Fener koş ananı 6222” şeklinde paylaşımlar bulunmaktadır. Grafikte yer alan %61,84 lük dilimin içinde 6222'nin kod olarak kullanıldığı küfür, hakaret ve aşağılama paylaşımları yer almaktadır.

Grafikte 6222 kodu kullanılarak paylaşım yapılan diğer en yüksek paya sahip kategori %22 ile Abartma/Çarpıtma/Yükleme kategorisine aittir. Bu kategoriye ait paylaşımlarda hedef gruplar üzerinden bir olayı siyaset, din vs. üzerinden çarpıtma, bir olayı hedef gruplara yükleme ve mevcut durumu abartmaya yönelik paylaşımlar yapılmaktadır. Twitter'da 6222 sayılı kanunun tribün kültürünü bitirdiğini, taraftarlık ve dostluğu hiçe sayıp onları terörist olarak konumlandığı, yasanın sporu sadece şiddet olarak gördüğünü, taraftarları stadyumlardan uzaklaştırdığını, kanunun insanlık suçu olduğunu belirten paylaşımlar bu kategoride yer almaktadır.

Bu paylaşımlara örnek vermek gerekirse: “Türk tribün kültürü 6222 ile kasıtlı olarak bitirilmiştir. Çok yazık.”, “6222 nolu yasa sayesinde ülkenin tribün kültürü yok edilmektedir. Bu kültüre sahip çıkan herkesi bu yasaya karşı mücadele etmeye çağırıyoruz.”, “Meşale tutulan ellere kelepçe vurulamaz. 6222 insanlık suçudur.”

Şekilde görüldüğü gibi Düşmanlık/Savaş kategorisindeki paylaşımlar %11’lik dilimde yer alırken, Simgeleştirme kategorisindeki paylaşımlar %5’lik dilimde yer almaktadır. Anahtar kelimelerle arama yapıldığında Simgeleştirme kategorisindeki paylaşımlar, Düşmanlık/Savaş söylemleri kategorisindeki paylaşımlardan daha fazla payla gösterilirken, 6222 kodu ile paylaşılan içeriklerde durum tam tersi olmuştur. Simgeleştirme, doğal bir kimlik ögesini aşağılama yolu ile yapılan söylemleri kapsadığı için doğrudan anahtar kelime ile taratma yapıldığında daha fazla sayıda paylaşıma ulaşmak mümkün olmuştur.

Şekil 3.7. 6222 Kodu Kullanılarak Yapılan Paylaşımların İçerik Türüne Göre Dağılımı



Nefret söylemi içeren çoğu paylaşım, sosyal medya platformlarının bir imkânı olarak görsel içerikler kullanılarak da hedef gruba yöneltilebilmektedir. Görsel içerikler bir nefret söylemi ögesi olarak kullanılarak paylaşımlar yapılmaktadır. Bu içeriklerde doğrudan hedef gruplar yer alabilmektedir.

Grafiğe bakıldığında fotoğraf ve video içeriklerinin avantajlarına rağmen görsel içerikli olmayan paylaşımların %63 ile daha fazla bir paya sahiptir. Görsel içerikli paylaşımlar ise %37'lik bir paya sahiptir. Burada dikkat çekici olan; anahtar kelimelerin kullanıldığı paylaşımlarda görsel içerikli paylaşımlar %11'lik bir paya sahip iken, 6222 koduyla yapılan nefret söylemleri paylaşımlarında görsel içerikli paylaşım sayısı %37 ile daha fazla paya sahiptir. Dolayısıyla paylaşımlarda anahtar kelime bazında taratma yapıldığında görsel içerikli paylaşımların sınırlı sayıda olduğu görülürken, 6222 koduyla yapılan genel paylaşımlarda görsel içerikli paylaşımların daha fazla sayıda yapıldığı görülmektedir.



TARTIŞMA VE SONUÇ

İnternet teknolojisinin Web 1.0'dan Web 2.0'a geçişiyle kullanıcıların teknik bilgiye ihtiyaç duymadan içerik oluşturmaları ve bu içerikleri oldukça hızlı ve özgürce paylaşımları mümkün olmuştur. Dijital kodlama sistemiyle temellenen, hızlı, eş zamanlı etkileşimin gerçekleştiği ve multimedya biçimselliğine sahip iletişim araçlarının yer aldığı yeni medya ortamları, kullanıcıların herhangi bir yazılım bilgisi gerektirmeden kolaylıkla içerik üretebilmelerine ve çift yönlü etkileşim kurmalarına imkân tanımaktadır. 2006 yılında teknoloji girişimcileri Jack Dorsey, Evan Williams, ve Biz Stone tarafından geliştirilen ve “Neler oluyor?” etiket satırında 280 karakter kullanarak paylaşım yapılabilen Twitter da oldukça fazla sayıda kullanıcının yer aldığı yeni medya platformu olarak kabul edilmektedir.

İnternet ve yeni medya ortamlarının kullanıcılara sağladığı bu özgür ortam, ırkçı düşünce, öfke ve nefretin geleneksel medyaya göre denetimsiz şekilde yayılmasına da neden olmaktadır. Nefret söylemlerinin en yaygın şekilde görüldüğü futbolun da dil ve söylemi, toplumsal yaşamda “biz ve onlar” ayrımı yaratmakta ve müsabakalarda milliyetçi tutumları ön plana çıkarmaktadır. Futbolun yarattığı dil ve söylem, futbol ile sosyalleşen taraftar kitlelerini yarattığı için nefret söylemleri ve taraftarlık kavramı arasında bir ilişki söz konusu olduğunu söylemek mümkündür. Yeni medya ortamlarında taraftarlar tuttukları takımlara karşı aidiyet duygusu yaşamakta ve grup dışındaki diğer taraftarlara “öteki” damgası vurmaktadırlar. Spor alanları ve bu alanların çevresinde özellikle de taraftarlar arayıcılığıyla oluşan şiddet gösterileri ve nefret söylemlerini önlemeye yönelik yeni bir yasal düzenleme olarak “6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun yürürlüğe girmiştir. Kanunla birlikte yeni medya ortamları da ciddi şekilde denetlenmeye başlamış, nefret suçu işleyen ve nefret suçuna teşvik edici şekilde paylaşım yapan sosyal medya kullanıcıları hakkında adli işlem yapılmasına karar verilmiştir. Böylece yazılı, görsel, işitsel veya elektronik kitle iletişim araçlarıyla işlenen tehdit veya hakaret içerikli nefret suçları kanun kapsamına alınarak fanatizmle etkili şekilde mücadele etmek hedeflenmiştir.

Ancak bu kanunla beraber sosyal medya ortamlarında hakaret içerikli paylaşımların cezalandırılmasına rağmen kullanıcıların geri adım atmadığı, üstelik 6222 kanun sayısını bir kod olarak kullanıp bu kod üzerinden nefret söylemleri üretmeye devam ettikleri görülmektedir. Literatürdeki çalışmalara bakıldığında Twitter üzerindeki taraftar paylaşımlarını nefret söylemi ile ilişkilendirerek ve içerik analizine tabi tutarak inceleyen bir çalışma bulunmamaktadır. Dolayısıyla bu çalışma, literatür için ilk olma özeliği taşımaktadır. Tez çalışmasının amacı, spor alanında nefret söylemlerine maruz kalmanın yeni medyada çıkarılan kanunlara rağmen geleneksel medyaya oranla çok daha mümkün olduğuna açıklık getirmek ve yapılan nefret söylemlerinin somut şekilde ortaya konarak ne sıklıkla, hangi tür kategorilerde ve hangi hedef gruplara karşı oluşturulduğunu tespit etmektir.

Çalışmanın evrenini, Haziran 2019-Aralık 2019 tarihleri arasında toplam 7 aylık bir süre boyunca, taraftarların Twitter üzerinden önceden belirlenmiş olan anahtar kelimelerle ve 6222 kodunu kullanarak paylaşım yaptığı nefret söylemi içerikli gönderiler oluşturmaktadır. Paylaşımlar, Twitter'ın "Gelişmiş Arama" özelliğinde anahtar kelimeler kullanılarak taratılmış ve içerik analizine tabi tutulmuştur. Seçilen anahtar kelimeler, Uluslararası Hrant Dink Vakfı'nın "*Medyada Nefret Söyleminin İzlenmesi*" projesinde, 2017 yılı itibarıyla kullanılan cinsel kimlik-cinsel yönelim, etnik-ulusal kimlik ve dini kimlik ifadesi içeren kişi veya gruplara yönelik anahtar kelimeler referans alınarak belirlenmiştir. Anahtar kelimelerle taratılan paylaşımlar; antrenörler, hakemler, sporcular, yöneticiler, rakip takım taraftarları, federasyonlar ve medya kuruluşları olmak üzere yedi ayrı hedef gruba yönelik nefret söylemi kategorisinde incelenmiştir. İçerisinde yalnızca #6222 geçen paylaşımların da analize dahil edilmesiyle daha fazla nefret söylemi içerikli paylaşıma ulaşılmıştır. Araştırmada nitel tablo ve grafikler elde edebilmek için önceden kayıt altına alınan ve kategorilere uygun şekilde kodlama cetvellerine kodlanan paylaşımlar, Uluslararası Hrant Dink Vakfı tarafından daha önce yapılmış olan uluslararası çalışmalardan yararlanılarak ve Türkiye'ye özgü dil ve kültür farklılıkların dikkate alınarak belirlenmiş Abartma/Yükleme/Çarpıtma, Düşmanlık/Savaş, Küfür/Hakaret/Aşağılama ve Simgeleştirme olmak üzere 4 genel kategoride de değerlendirilmiştir.

Ayrıca paylaşımlarda görsel içerik kullanılıp kullanılmaması da değerlendirme kriteri olarak yer almıştır. Analiz sonucunda toplamda 2861 gönderiye ulaşılmıştır. Bu gönderilerden 919 tanesi içerisinde hem 6222 hem de belirlenen anahtar kelimeler kullanılarak ulaşılan paylaşımlardan oluşmaktadır. 1942 tanesi ise Haziran ve Aralık aylarını kapsayan 7 aylık zaman diliminde yalnızca #6222 kodu kullanılarak paylaşılan gönderilerden oluşmaktadır. Hem 6222 kodu hem de anahtar kelimeler kullanılarak ulaşılan 919 gönderi içerisinde %51 ile en fazla Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisinde paylaşıma ulaşılmıştır. Nefret söylemlerinin temelinde hakaret ve aşağılama ifadeleri fazlaca olduğundan bu kategoriye ait paylaşımların yüksek çıkması beklenen bir durumdur. Simgeleştirme kategorisi ise %22 ile paylaşımların en fazla yapıldığı diğer kategoridir. Tüm kimlik kategorileri ve hedef gruplar için bakıldığında taraftarların doğal bir kimlik ögesini aşağılayarak Simgeleştirme kategorisinde nefret söylemi üretmesinin, futbolun kendi dilini ve söylemini oldukça cinsiyetçi ve eril bir dil üzerinden oluşturmasıyla ilişkili olduğu düşünülmektedir. Simgeleştirme kategorisini %20 ile Abartma/Yükleme/ ve %7 ile de Düşmanlık/Savaş kategorileri takip etmektedir.

Çalışmada belirlenen tarihler arasında dört ayrı kimlik kategorisine ait anahtar kelimeler kullanılarak paylaşımlara ulaşılmıştır. Cinsel kimlik ve yönelim temelli anahtar kelimeleri içeren toplam 227 paylaşıma ulaşılmıştır. Cinsel kimlik ve yönelim temelli anahtar kelimelerle yapılan nefret söylemi paylaşımları en çok Küfür/Hakaret/Aşağılama ve Simgeleştirme kategorilerinde yapılmıştır. *Erkek gibi*, *Ananı* ve *Kocan* kelimeleriyle tüm kategorilerde de paylaşım yapılmıştır. Dolayısıyla erkeklik, analık ve kocalık kimliklerinin taraftar kültürünün içindeki eril dille birleşip nefret söylemi paylaşımlarına yansıdığı söylenebilir. Cinsel kimlik ve yönelim temelli anahtar kelimelere genel çerçevede bakıldığında ise; *anani*, *ibne*, *karı gibi* ve *tecaviiz* kelimeleri kullanılarak yapılan paylaşım sayısının diğerlerinden daha fazla olduğu görülmektedir. Bu kelimeler karşı tarafı cinsel yönden aşağılamak, hakarete bulunmak ve aşağılayıcı küfürler etmek amacıyla kullanılmıştır.

Simgeleştirme kategorisinde en çok paylaşım, *Ananı*, *Karı gibi*, *Erkek gibi* ve *Kocan* kelimeleriyle yapılmıştır. Bu söylemlerle doğal bir kimlik ögesi olan “kadın” hakaret ve küfür yoluyla aşağılanmaktadır. Ayrıca *Karı gibi* kelimesiyle toplamda 30, *Erkek gibi* kelimesiyle toplamda 11 nefret söylemi paylaşımı yapıldığı da göz önünde bulundurulduğunda futbolun ve taraftarların oluşturduğu eril dilde kadını ve kadın bedenini aşağılama söz konusuyken erkek cinsiyetinin yüceltildiği görülmektedir. Dolayısıyla cinsel kimlik ve yönelim temelli nefret söylemlerinin daha çok kadın cinsiyetini aşağılayan bir yapısı olduğunu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte az da olsa *LGBT* ve *Eşcinsel* kelimeleri kullanılarak Küfür/Hakaret/Aşağılama, Abartma/Çarpıtma/Yüklem ve Simgeleştirme kategorilerinde nefret söylemi paylaşımları yapılması, taraftarların kadın kimliği dışında eşcinsel bireylere de yönelik nefret söylemlerinin üretildiği sonucunu göstermektedir. Düşmanlık/Savaş kategorisinde en çok paylaşım *tecavüz* kelimesiyle yapılmıştır.

Bu bulgudan yola çıkılarak; kelime anlamı olarak saldırı, sarkıntılık anlamına gelen bu kelimenin taraftarların, rakip takımların ve diğer hedef grupların da birbirlerine saldırıda ve düşmanca davranışta bulunmak için tercih edildiği düşünülmektedir. Cinsel yönelim ve kimlik temelli nefret söylemleri, en fazla taraftar/taraftar grubuna, rakip takım/kulüplere ve sporculara yönelik yapılmaktadır. Dolayısıyla taraftarlar, takımlar ve sporcular bu söylemlerin doğrudan hedefidir. Taraftar/taraftar gruplarına yönelik paylaşımlar en çok *travesti-ultravesti*, *ibne* ve *karı gibi* anahtar kelimeleri, rakip takım/kulüplere yönelik olan paylaşımlar en çok *ananı*, *ibne* ve *tecavüz* kelimeleri ve sporculara yönelik olan söylemler ise en çok *ananı*, *ibne* ve *karı gibi* kelimeleri kullanılarak yapılmaktadır. Bu kelimelerin tribünlerde ve tezahüratlarda da cinsel kimliği aşağılamak için bu hedef gruplar için sıklıkla kullanıldığı düşünüldüğünde, Twitter üzerindeki paylaşımlara yansımaları da normal karşılanmaktadır. Anahtar kelimelerin hangi hedef gruplar için kullanıldığında sırasıyla baktığımızda; *LGBT* kelimesi kullanılarak rakip takımlar/kulüpler, antrenörler ve hakemlerin, *Fahişe* kelimesi kullanılarak rakip takımlar/kulüpler, taraftar/taraftar grupları ve sporcuların, *Eşcinsel* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grupları ve sporcuların, *Tecavüz* kelimesi kullanılarak tüm hedef grupların, *Travesti-Ultravesti* kelimesi kullanılarak yönetici, taraftar/taraftar grupları, antrenör/teknik

direktör, medya kuruluğu/mensubu, *Karı gibi* kelimesi kullanılarak yönetici, medya kuruluğu/mensubu, rakip takım/kulüp, taraftar/taraftar grubu, sporcu, *İbne* kelimesi kullanılarak yöneticiler hariç tüm grupların, *Sapık* kelimesi kullanılarak medya kuruluğu/mensubu, rakip takım/kulüp, taraftar/taraftar grubu, antrenör/teknik direktör ve sporcuların, *Kocan* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu, rakip takım/kulüp ve sporcuların, *Ananı* kelimesi kullanılarak federasyonlar hariç tüm grupların ve *Erkek gibi* kelimesiyle de rakip takım/kulüp, taraftar/taraftar grubu ve yöneticilerin hedef alındığı görölmektedir. Bu bulgulara bakarak cinsel kimlik ve yönelim temelli nefret söylemlerinin yöneticiler ve federasyonlar için diğer hedef gruplarından daha az olduğu görölmektedir.

Çalışmada etnik-ulusal kimlik temelli anahtar kelimeleri içeren toplamda 275 paylaşıma ulaşılmıştır. Anahtar kelimelerle yapılan paylaşımlar en çok Küfür/Hakaret/Aşağılama, Abartma/Yükleme/Çarpıtma ve Simgeleştirme kategorilerinde yapılmıştır. *Yunan*, *Suriyeli* ve *Ermeni* kelimeleriyle tüm kategorilerde de paylaşım yapılmıştır. Bu kelimelerle paylaşım en çok Simgeleştirme kategorisinde yapılmıştır. Ayrıca bu kategoride *Arap* kelimesiyle de çok fazla paylaşım yapıldığı görölmektedir. Suriyeliler, Araplar, Yunanlılar ve Ermeniler sosyal medya ağlarında aşağılayıcı ve hakaret dolu nefret söylemlerine en fazla maruz kalan topluluklardandır. Dolayısıyla Twitter üzerinde taraftarların yaptıkları paylaşımlarda da bu durumun değişmediği görölmektedir. Bu kimlik gruplarına yönelik söylemler spor alanında da devam ettirilmektedir. Bulgulardan da yola çıkılarak bunun temel sebebinin futbolun dilinin toplumsal yaşamda “biz ve onlar” ayrımı yaratıp uluslararası müsabakalarda milliyetçi tutumları ön plana çıkarmasından kaynaklı olduğuna inanılmaktadır. Sonuç olarak taraftarlar takım tutarken bir arada olma ve aidiyet duygusu ile yaşadıkları için, kendi takımlarının kazanacağını, öteki takımın ise kaybedeceğini düşünürler. Bu da taraftarlar ırkçı tutumlar takınabilmeleriyle doğrudan ilişkili olmaktadır. Anahtar kelimelerin hangi hedef gruplar için kullanıldığında sırasıyla baktığımızda; *Kürt* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu ve yöneticilerin, *Ermeni* kelimesi kullanılarak yönetici, medya kuruluğu/mensubu, rakip takım/kulüp, taraftar/taraftar grubu, sporcu ve hakemlerin, *Rum* kelimesi kullanılarak medya kuruluğu/mensubu, rakip takım/kulüp, taraftar/taraftar grubu ve sporcuların, *Türk düşmanı* kelimesi

kullanılarak antrenör/teknik direktör dışında tüm grupların, *Suriyeli* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu, rakip takımlar/kulüpler, medya kuruluşu/mensubu, yönetici ve sporcuların, *Çingene* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu, sporcu ve yöneticilerin, *Yunan* kelimesi kullanılarak medya kuruluşu/mensubu, federasyon, rakip takım/kulüp, taraftar/taraftar grubu ve sporcuların, *Vatan haini* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu, rakip takımlar/kulüpler, medya kuruluşu/mensubu, yönetici, sporcu ve hakemlerin, *İsrail-İsraili* kelimesi kullanılarak rakip takımlar/kulüpler ve hakemlerin, *Fetöcü* kelimesi kullanılarak tüm hedef grupların, *Arap* kelimesi kullanılarak da medya kuruluşu/mensubu, rakip takım/kulüp, taraftar/taraftar grubu, antrenör/teknik direktör, yönetici ve sporcuların hedef alındığı görülmektedir.

Abartma/Yükleme/Çarpıtma, Küfür/Hakaret/Aşağılama ve Düşmanlık/Savaş söylemi kategorisinde en çok paylaşım toplamda 89 paylaşım ile *Fetöcü* ve 50 paylaşım ile *Vatan haini* kelimeleri kullanılarak yapılmıştır. Ayrıca bulgulara bakarak bu kelimelerle en çok taraftar/taraftar grupları, rakip takım/kulüpler ve medya kuruluşları/mensuplarının hedef alındığı görülmektedir. Bunun sebeplerinin rakip takımlar, medya kuruluşları ve mensupları, taraftarlar ve taraftar grupları, sporcular ve yöneticilerin fetö'ye hizmet etmekle suçlandığı için paylaşımlarda da olayların yükleme ve çarpıtmalarla yorumlanmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Ayrıca bulgulardan yola çıkılarak Düşmanlık/Savaş söylemi kategorisindeki paylaşımların da en çok fetö üzerinden yapılması, fetöcü olmanın ya da fetö'ye hizmet etmenin ülkemizdeki algısı ile spor alanlarındaki taraftarların söylemleri arasındaki ilişkiyi gösterdiği de gerçektir. Aynı zamanda bu durum, taraftar kültürünün “biz ve onlar” ayrımı yaratırken tarihsel geçmişe gönderme yapan bir anlayışı pekiştirdiğine de kanıt niteliğindedir. Buradan yola çıkarak futbolun ve taraftarlığın toplumsal yaşamda kültürün üretilip dolaşıma sokulmasındaki ve egemen ideolojilerin üretilip toplumsal rızanın sağlanmasında kullanılan bir araç olduğu sonucuna ulaşmak mümkündür.

Çalışmada dini kimlik temelli anahtar kelimeleri içeren toplamda 127 paylaşıma ulaşılmıştır. Anahtar kelimelerle yapılan paylaşımlar en fazla Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisinde yapılmıştır. Bu kategorileri sırasıyla Abartma/Yüklem/Çarpıtma ve Simgeleştirme kategorileri takip etmektedir. Tüm kategorilerde de paylaşım yapmak için kullanılan anahtar kelime *Kripto* olmuştur. Bu kelime, hedef gruplara hem küfretmek, doğal bir kimlik ögesi olarak aşağılamak, olayları saptırmak ve abartarak hedef gruplara yüklemek, ayrıca da düşmanlık belirten söylemler yapmak amacıyla kullanılmıştır. Aynı zamanda bu kelime en fazla taraftar/taraftar grupları için kullanılmıştır. Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisinde en fazla paylaşım *Allahsız*, daha sonra ise *Dindar*, *Kripto* ve *Yobaz* kelimeleriyle yapılmıştır. Bulgular; Yahudilerin, Ateistlerin ve Müslümanların da Abartma/Yüklem/Çarpıtma ve Simgeleştirme kategorilerinde nefret söylemlerine maruz kaldıklarını göstermektedir.

Tüm anahtar kelimelerin hangi hedef gruplar için kullanıldığında sırasıyla baktığımızda; *Ateist* kelimesi kullanılarak medya kuruluşları/mensupları, taraftar/taraftar grupları ve antrenör/teknik direktörlerin, *Dindar* kelimesi kullanılarak yalnızca medya kuruluşu/mensuplarının, *Hristiyan* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu ve sporcuların, *Müslüman* kelimesi kullanılarak antrenör/teknik direktörler, medya kuruluşları/mensupları, taraftar/taraftar grupları, yöneticiler, sporcular ve federasyonların, *Yahudi* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu, rakip takım/kulüpler, hakem, federasyon ve yöneticilerin, *Gavur* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grupları ve sporcuların, *Haçlı* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu, rakip takım/kulüpler, yönetici, sporcu ve federasyonların, *Gericici* kelimesi için sadece federasyonların, *Yobaz* kelimesi için medya kuruluşları/mensupları, taraftar/taraftar grupları ve antrenör/teknik direktörlerin, *Allahsız* kelimesi için tüm hedef grupların, *Kripto* kelimesi kullanılarak medya kuruluşları/mensupları, taraftar/taraftar grupları, rakip takım/kulüpler, hakemler, yöneticiler ve federasyonların hedef alındığı görülmektedir.

Bulgulardan yola çıkılarak en fazla nefret söyleminin yapıldığı hedef grubun 37 paylaşımıyla taraftar/taraftar grupları ve 36 paylaşımıyla medya kuruluşları/mensupları olduğu görülmektedir. Bulgulara bakılarak fanatik taraftar gruplarının ortaya çıkmasıyla birlikte futbol seyircisinin profilinin değişmesiyle birlikte müsabaka ortamlarının ölüm kalım savaşına dönüşmesi ve karşı takımın taraftarlarına ya da takımları hakkında düşman gözüyle bakılması olduğu sonucu çıkarılabilir. Medya kuruluşları/mensupları için de en fazla paylaşım *Dindar* ve *Kripto* kelimesi kullanılarak yapılmıştır. Medya kuruluşları ve gazeteciler dindarlıkla ve kripto sıfatıyla düşmanca ve hakaret içeren söylemlere maruz kalmaktadır. Zaten futbolun içindeki şiddetin en önemli nedeninin medya ve rakip taraftarlar olduğu düşünüldüğünde bu bulgulara rastlanması oldukça mümkün gözükmektedir. Medya kuruluşlarının taraftarlara şirin gözükme ve kendi varlığını sürdürebilmek amacıyla kullandıkları dil, haber başlıkları, haber metinleri ve fotoğraflar ideolojinin oluşturulmasına ve uygulanmasına yardımcı olmaktadır. Medyanın “biz” kimliğini güçlendirici yayınlar yapması nefret söylemlerinin taraftar kitlelerle buluşmasına ve şiddetin alt yapısının hazırlanmasında rol oynamaktadır. Bu söylemler, dini kimlik temelli olsun ya da olmasın karşılıklı ilişki içerisinde yayılmaktadır. Dolayısıyla burada taraftarlar tarafından medyaya karşı yapılan nefret söylemlerinin oluşmasında medyanın kullandığı kışkırtıcı dille yaptığı yayın ve paylaşımların etkili olduğu sonucunu çıkarmak mümkündür.

Çalışmada hastalık-fiziksel özellik temelli anahtar kelimeleri içeren ise toplamda 290 paylaşımına ulaşılmıştır. Kimlik kategorileri arasında taraftarlar tarafından en fazla paylaşım yapılan kategori budur. Bu paylaşımlar en çok Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisinde yapılmıştır. Küfür/Hakaret/Aşağılama içeren paylaşım en fazla *Kör*, sonrasında da *Özürlü*, *Vitaminsiz*, *Sağır*, *Sakat*, *Ruh hastası*, *Büçür*, *Bacaksız*, *Spastik* kelimeleri kullanılarak yapılmıştır. Dış görünüş özelliği, genetik durumlar ve hastalıklar hedef gruplar için küfür, aşağılama ve hakaret ögesi olmaktadır. Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisinden sonra en fazla paylaşım Abartma/Yükleme/Çarpıtma kategorisinde yapılmıştır. Abartma/Yükleme/Çarpıtma en fazla paylaşım *Kanser* kelimesiyle yapılmıştır.

Anahtar kelimelerin hangi hedef gruplar için kullanıldığında sırasıyla baktığımızda; *Büçür* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu ve sporcuların, *Kör* kelimesi kullanılarak tüm hedef grupların, *Sağır* kelimesi kullanılarak medya kuruluşu/mensubu, rakip takım/kulüp, taraftar/taraftar grubu, hakem ve sporcuların, *Özürlü* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu, medya kuruluşu/mensubu, antrenör/teknik direktör, hakem, sporcu ve yöneticilerin, *Sakat* kelimesi kullanılarak federasyonlar hariç tüm hedef grupların, *Şişko* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu ve sporcuların, *Spastik* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu, rakip takım/kulüp ve sporcuların, *Kanser* kelimesi kullanılarak tüm hedef grupların, *Vitaminsız* kelimesi kullanılarak medya kuruluşu/mensubu, taraftar/taraftar grubu, hakem ve sporcuların, *Bacaksız* kelimesi kullanılarak taraftar/taraftar grubu ve sporcuların, *Ruh hastası* kelimesi kullanılarak da medya kuruluşu/mensubu, taraftar/taraftar grubu, yönetici ve sporcuların hedef alındığı görülmektedir. Bu anahtar kelimeler arasında tüm hedef gruplar için yapılan paylaşımlarda da kullanılan kelimeler *Kör* ve *Kanser* kelimeleri olmuştur.

Kör kelimesine bakıldığında taraftar/taraftar grubu ve hakemlerin daha çok hedef alındığı görülmektedir. Hakemlere ve taraftarlara yönelik olan paylaşımlarda hakaret ve aşağılama yapılırken bu söylemler görme engelliler için de bir nefret unsuru oluşturmaktadır. Bu kelimenin hakemler için kullanılmasının nedeninin hakemlerin karşılaşmalarda pozisyonları, sporcuların hareketlerini vs. görmemesinden ya da tarafı olarak değerlendirme yapmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. *Kanser* kelimesiyle de hedef gruplara hakaret edilirken kanser hastaları için de nefret unsuru olan paylaşımlar yapılmaktadır. Özellikle de sporcuların, rakip takımların ve kulüplerin spor izleyicilerini kanser ettiğine dair yükleme ve çarpıtma içerikli paylaşımlar yapıldığı için elde edilen bulgulardan yola çıkılarak Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisinden sonra en fazla paylaşımın Abartma/Yükleme/Çarpıtma kategorisinde paylaşım yapılmasının beklenebilir bir sonuç olduğu görülmektedir.

Haziran 2019-Aralık 2019 tarihleri arasında incelenen 2861 gönderi içerisinde yalnızca 6222 kodu kullanılarak ulaşılan toplamda 1942 paylaşım bulunmaktadır. 6222 kodu kullanılarak en fazla paylaşım %62 ile Küfür/Hakaret/Aşağılama

kategorisinde yapılmıştır. Taraftarlar bu kategoride yaptıkları paylaşımlarda antrenörler, sporcular, federasyon, taraftarlar, rakip takımlar, medya kuruluşları ve mensupları gibi hedef grupları aşağılamakta ve bu hedef gruplara 6222 kodunu kullanarak hakarete bulunmaktadır. Bulgulara bakıldığında; oranı %22 olan Abartma/Çarpıtma/Yükleme kategorisini %11 ile Düşmanlık/Savaş ve %5 ile Simgeleştirme kategorileri takip etmektedir.

Spor, yalnızca fiziksel faaliyet alanı olmaktan çıkıp kültürlerarası iletişimi artıran evrensel bir faaliyet alanına dönüşünce spor alanının şiddet olaylarıyla anılması söz konusu olmuştur. Devletler de yasal düzenlemeler ile bu soruna çözüm bulmaya yönelmiştir. Bu sebeple çıkarılan 6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanunun aynı zamanda sosyal medyayı denetleyici maddeleri de bulunmaktadır. Basın ve yayın yolunu kullanarak şiddeti teşvik edecek şekilde açıklamada bulunan, hakaret veya küfür içerikli paylaşımlar yapan kişilere para cezaları verilmektedir. Bu kanunla beraber sosyal medya kullanıcıları paylaşımlarına dikkat etmeye, küfür içerikli paylaşımlar yapmamaya başlamışlardır. Ancak kanun yeni medya ortamlarında nefret söylemi içerikli paylaşımların yapılmasında yetersiz kalmıştır. Hatta kullanıcılar yaratıcı kodlar üreterek bu paylaşımları üretmeye devam etmektedirler. Taraftarlar, hakaret ve küfür içerikli paylaşımları sebebiyle ceza yememek için yaptıkları paylaşımları 6222 sayısını kod olarak kullanıp yapmaktadırlar. Örneğin, “O. Çocuğu Fatih Terim” demek yerine “6222 çocuğu Fatih Terim”, “Senin gibi hocaya 6222, sen büyük takım hocası olamazsın!” şeklindeki paylaşımların sayısı oldukça fazladır. Dolayısıyla Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisinde yapılan paylaşımların %62’lik bir orana sahip olmasının da bu sebeplerden kaynaklandığı düşünülmektedir. Abartma/Çarpıtma/Yükleme kategorisine ait paylaşımlar, hedef gruplar üzerinden bir olayı siyaset, din vs. üzerinden çarpıtma, bir olayı hedef gruplara yükleme ve mevcut durumu abartmaya yönelik paylaşımlardan oluşmaktadır. Bulgularda da belirtildiği üzere “Türk tribün kültürü 6222 ile kasıtlı olarak bitirilmiştir. Çok yazık.” gibi ifadelerle 6222 kanununun tribün kültürünü bitirdiğini, taraftarlık ve dostluğu hiçe sayıp onları terörist olarak konumlandığı, yasanın sporu sadece şiddet olarak gördüğünü, taraftarları stadyumlardan uzaklaştırdığını, kanunun insanlık suçu olduğunu belirten paylaşımlar

yapılması bu kategoride yapılan paylaşımların fazla sayıda olduğunu kanıtlamaktadır. Ayrıca gene bulgulara bakıldığında yalnızca anahtar kelimelerle yapılan paylaşımlar için Simgeleştirme kategorisindeki paylaşımların Düşmanlık/Savaş söylemleri kategorisindeki paylaşımlardan daha fazla olduğu görülmektedir. Ancak 6222 kodu ile yapılan paylaşımlarda bu durum tam tersi olmuştur. Dolayısıyla da simgeleştirme kategorisindeki paylaşımların, doğal bir kimlik ögesini aşağılama yolu ile yapılan söylemleri kapsaması nedeniyle doğrudan doğal kimlik ögesi olan anahtar kelimeler ile taratma yapıldığında daha fazla sayıda paylaşıma ulaşmanın mümkün olduğu sonucuna varılmıştır.

Twitter, kullanıcıların 280 karakter ile oluşturdukları metin paylaşımları dışında fotoğraf, video, gif gibi görsel içeriklerin de kullanılarak paylaşım yapabilmeye imkân tanıyan bir platformdur. Dolayısıyla da görsel içerikler bir nefret söylemi ögesi olarak kullanılarak paylaşımlar yapılmaktadır. Kullanılan görsel içeriklerde doğrudan hedef gruplar yer alabildiği gibi, seçilen görsel içerik nefret söylemlerinin türüne göre de kullanılabilir. Hem anahtar kelimelerle yapılan hem de yalnızca 6222 kodu kullanılarak yapılan paylaşımlara bakıldığında görsel içerikli paylaşımların daha az olduğu görülmektedir. Bunun sebebinin kullanıcıların daha hızlı ve pratik şekilde, yalnızca söylemlerin gücüne inanarak paylaşım ya da yorum yapma isteğinden kaynaklı olduğuna inanılmaktadır. Bulgulara bakıldığında anahtar kelimelerin kullanıldığı paylaşımlarda görsel içerikli paylaşımlar %11 iken, 6222 koduyla yapılan nefret söylemleri paylaşımlarında görsel içerikli paylaşımlar %37'lere çıkmıştır. Paylaşımlarda anahtar kelime bazında taratma yapıldığında görsel içerikli paylaşımların sınırlı sayıda olduğu görülürken, 6222 koduyla yapılan genel paylaşımlarda görsel içerikli paylaşımların daha fazla olduğu göze çarpmaktadır. Bu bulgudan yola çıkılarak, taraftarların 6222 koduyla ürettikleri nefret söylemi içerikli paylaşımların denetlenme olasılığının görsel içerikli paylaşımların denetlenme olasılığından daha fazla olduğunu düşünebilmeleri sebebiyle görsel içerikli paylaşım yapmaya yönelebildikleri sonucuna varılmıştır. Görsel içeriklerin Web 2.0 uygulamalarında paylaşımı daha çok zenginleştirmesi ve nefret söylemlerinin etkisini artırması ulaşılan sonucu kanıtlar niteliktedir.

Sonuç olarak bu çalışma, futbolun karşılaşma ortamının “biz ve onlar” ayrımını en açık hâliyle yansıtması sebebiyle, yeni medya ortamlarındaki taraftar kültüründe de rakip takımlar ve taraftarların, sporcuların, medya kuruluşlarının, federasyonların, hakemlerin, antrenörlerin ve yöneticilerin aşağılandığı söylemlerin üretildiğini ortaya koymaktadır. Tüm bu söylemler, yeni medya ortamlarının denetlenmesini ve yıldırıcı cezalar uygulanmasını sağlayan yasal çözümlere rağmen kesin olarak azalmamaktadır. Aksine taraftar kültürü tarafından farklı yöntemlerle yeniden yaygınlaşmaktadır. Dolayısıyla 6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun’un da yetersiz kaldığı görülmektedir.

Kanunlar, spor alanında nefret söylemlerini önlemek için iyi bir başlangıç olarak kabul edilse de yeni medya ortamlarının denetlemesinin yapılması için çok daha fazlası gereklidir. Bu amaçla bir takım somut öneriler sunulmuştur: Tüm kulüplerin, federasyonların, sporcuların, medyanın ve kısacası spor camiasındaki herkesin var gücüyle çözüm üretmesi gerekmektedir. Türkiye’de siber suç konusu daha görünür kılınmalı, ifade özgürlüğü ve nefret söylemi arasındaki ikilem açığa kavuşturulmalıdır. Akademinin de sivil toplum kuruluşlarıyla bir araya gelerek farkındalığı artırmak için ulusal ve uluslararası düzeyde yayınlar yapması ve faaliyetler sürdürmesi oldukça önem arz etmektedir. Hrant Dink Vakfı tarafından yapılan *Medyada Nefret Söyleminin İncelenmesi* projesinin insan haklarına saygının güçlendirilmesi, kimlik özellikleri sebebiyle hedef gösterilen kişi veya gruplara yönelik ayrımcı dil ve nefret söylemlerine dikkat çekmeyi ve farkındalık yaratmayı amaçlayan hedefi, spor alanında da nefret söylemlerine dikkat çekmeyi hedefleyen projelerin başlatılması ve dönemlik raporlar çıkarılması için teşvik edici olmalı, akademi ve sivil toplum kuruluşları harekete geçmelidir. Yeni medya okuryazarlığı eğitimi ile bireylerin içerik ve yorumları nasıl değerlendirmesi konusunda bilgi sahibi olması ve rahatsız edici içerikler karşısında nasıl hareket etmeleri gerektiğini bilmeleri son derece önemlidir. Ayrıca yeni medya platformlarındaki hizmet sözleşmelerinde nefret söylemi kavramının tanımlanması ve bu tarz içeriklere yer vermenin yaptırımla sonuçlanacağı hakkında kullanıcıların bilgi sahibi olması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Acet, Mehmet: **Sporda Saldırganlık ve Şiddet**, İstanbul, Morpa Kültür Yayınları, 2006.
- Akdeniz, Yaman: **Racism on the Internet**, Strasbourg, Council of Europe, 2009.
- Akın, Altuğ: “Çevrimiçi Spor Ortamlarında Nefret Söylemi: Bir Topun Peşinde Koşan Yirmi İki Adam, Taraftarlar ve Medya”, *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, ed. Tuğrul Çomu, İstanbul: Kalkedon, 2010.
- Aktan, Hamza: “Web Otağlarından Sokağa: Türk Irkçılığının Tezahürleri”, *Birikim Dergisi*, 215, 2007, s. 43-49.
- Alğan, Cengiz, Şensever, Levent: **Ulusal Basında Nefret Suçları: 10 Yıl, 10 Örnek**, İstanbul: Sosyal Değişim Derneği Yayınları, 2010.
- Altunay, Meltem Cemiloğlu: “Gündelik Yaşam ve Sosyal Paylaşım Ağları: Twitter ya da "Pıt Pıt Net"”, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 12, 2010, s. 31-56.
- Apsar, Merve: “Dijital Medyada Fanatizm: Futbola İlişkin Sosyal Ağlarda Nefret Söylemi”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2014.
- Armağan, Ahsen: “Kimlik Yapılarında Değişim ve Sanallaşan Kimlik Sunumları”, *Akademik Bakış Dergisi*, (37), 2013, s.1-20.
- Ataç, Asiye Selcen, Altunkaş, Aysun: “6222 sayılı Kanun Kapsamında Seyirden Yasaklama (m.18)”, *Maltepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Cilt: 16, Sayı:1-2, Haziran-Temmuz, 2017, s. 69.
- Atalay, Hakan: “Psikiyatride Stigma”, *Psikeart Dergisi*, 2, 2009, s.10-19.

- Ataman, Hakan: “Nefret Suçlarını Farklı Yaklaşımlar Çerçevesinden Ele Almak: Etik, Sosyo-Politik ve Bir İnsan Hakları Problemi Olarak Nefret Suçları”, *Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları*, der. Yasemin İnceoğlu, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2012.
- Auty, Caroline: Football Fan Power and The İnternet: Net Gains?, *Aslib Proceedings*, 54(5), 2002, pp 273-279.
- Ayan, Sezer: “Şiddet ve Fanatizm”, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 7(2), Temmuz, 2006, s. 191-209.
- Aydın, Ayhan: **Gelişim ve Öğrenme Psikolojisi**, 4. Baskı, Ankara, Alfa Yayınları, 2003.
- Aydın, Berkay, Hatipoğlu, Duygu, Ceyhan, Çağdaş: Endüstriyel Futbol Çağında Taraftarlık, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, 26, 2008, s. 289-316.
- Aygül, Eser: “Facebook’ta Nefret Söyleminin Üretilmesi ve Dolaşıma Sokulması”, *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, 95-140. İstanbul, Kalkedon Yayınları, 2010.
- Aygül, Eser: “Yeni Medyada Nefret Söyleminin Üretimi: Bir Toplumsal Paylaşım Ağı Olarak Facebook Örneği”, **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Ankara, T.C. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Ankara, 2013.
- Aytekin Çiğdem, Sütçü Cem: “Sosyal Medyada Twitter Konuşma Diline İlişkin Bir Araştırma: Ortak Hashtag Kullanımı ile Kullanıcı Profili Arasındaki İlişki”, *2nd International Symposium on Language and Communication: Exploring Novelities (ISLC), June (17-19)*, İzmir, 2013, s. 1863-1876.

- Baldini, Massimo: **İletişim Tarihi**, çev. Gül Batuş, İstanbul, Avcıol Basım Yayın, 2000.
- Bilgili Can,
Şener, Gülüm: **Sosyal Medya ve Ağ Toplumu: Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler**, İstanbul, Grafik Tasarım Yayıncılık, 2013.
- Binark, Mutlu,
Bayraktutan, Günseli: **Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik**, İstanbul, Kalkedon, 2013.
- Binark, Mutlu,
Löker, Koray: **Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim İçin Bilişim Rehberi**, Ankara, STGM, 2011.
- Binark, Mutlu: “Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi”, **Yeni Medyada Nefret Söylemi**, İstanbul, Kalkedon Yayınları, 2010, s.11-53.
- Binark, Mutlu: “Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorunlar ve Yöntem Sorunu”, **Yeni Medya Çalışmaları**, der. Mutlu Binark, Ankara, Dipnot, 2007, s. 21-44.
- Binark, Mutlu: “Yeni Medya Dolayımlı İletişim Ortamında Olanakların ve Ol (a) mayanların Farkında Olmalı”, **Evrensel Kültür**, 216, 2009, s. 60-63.
- Binark, Mutlu: **Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri**, der. Mutlu Binark, İstanbul, Ayrıntı, 2014.
- Birsen, Haluk: “Değişim Aracı Olarak Yeni Medya”, **Dijital İletişim ve Yeni Medya**, der. Mesude Canan Öztürk, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2013.
- Bora, Tanıl,
Erdoğan, Necmi: “Dur Tarih, Vur Türkiye”, **Futbol ve Kültürü**, der. Tanıl Bora, Wolfgang Reiter, Roman Horak, İstanbul, İletişim Yayınları, 1993, s.221-240.

- Bora, Tanıl: “Türkiye’de Futbol ve Milliyetçilik”, *Türkiye’de Sivil Toplum ve Milliyetçilik*, der. Tanıl Bora, İstanbul, İletişim Yayınları, 2001, s. 559-581.
- Boyle, Kevin: “Hate Speech – The United States Versus the Rest of the World?”, *Maine Law Review*, 53, 2001, pp. 488-502.
- Brink, David O: “Millian Principles, Freedom of Expression, and Hate Speech”, *Legal Theory*, 7(2), 2001, pp. 119-157.
- Bruns Axel,
Weller Katrin,
Harrington Stephen: “Twitter ve Spor: Yeni ve Yerleşik Pazarlarda Futbol Taraftarlığı”, *Twitter ve Toplum*, der. Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt, Cornelius Puschmann, çev. Emre Erbatur, İstanbul, Kafka, 2016, s. 354-374.
- Cortese, Anthony: *Opposing Hate Speech*, Westport, CT, Praeger Publishers, 2006.
- Çalışır, Gülsüm: “Kişilerarası İletişimde Kullanılan Bir Araç Olarak Sosyal Medya: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”, *Humanities Sciences*, 10 (3), 2015, s. 115–144.
- Çayır, Kenan: “Ayrımcılığın Sosyolojisi ve Türkiye Toplumu”, *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*, haz. Ayşe Çavdar, Aylin B. Yıldırım, 45-54. İstanbul, Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2010.
- Çebi, Murat Sadullah: *İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi*, Ankara, Alternatif Yayınları, 2003
- Çelenk, Sevilay: “Ayrımcılık ve Medya”, *Televizyon Haberciliğinde Etik Sorunlar*, ed. Bülent Çaplı, Hakan Tuncer, Ankara, Fersaa Matbacılık, 2010, s. 211- 228.

- Çınar, Mahmut: “Habercilik ve Nefret Söylemi”, **Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar Mecralar Tartışmalar**, ed. Mahmut Çınar, İstanbul, Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2013.
- Çiltaş, Erdem: “Fan Sayfalarında Aidiyet Unsuru Olarak Nefret Söylemi: Fenerbahçe ve Galatasaray Takımlarının Fan Sayfaları Örneği”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 2017.
- Çoban, Savaş: **Hegemonya Aracı ve İdeolojik Araç Olarak Medya**, İstanbul, Parşömen Yayınları, 2013.
- Çomu, Tuğrul, Binark, Mutlu: “Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi”, **Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar, Mecralar, Tartışmalar**, ed. Mahmut Çınar, İstanbul, Hrant Dink Vakfı, 2013.
- Çomu, Tuğrul: “Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi: Youtube Örneği”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2012.
- Dedeoğlu, Gözde: “İnternet ve Demokrasi: Doğru Bilgi, Özgür İletişim, Katılım ve Eşitlik Bağlamında İnternet ve Demokrasi İlişkisi”, **XVIII. Türkiye’de İnternet Konferansı, İstanbul Üniversitesi, 9-11 Aralık 2013**, İstanbul, 2013, s. 11–17.
- Demir, Müge, Talimciler, Ahmet: **Şiddet, Şike ve Medya Kısılcasında Futbol ve Taraftarlık**, Konya, LiteraTürk Academia, 2015.
- Dirini, İlden: “Okur Yorumlarıyla Yeniden Üretilen Nefret Söylemi”, **Yeni Medyada Medyada Nefret Söylemi**, Der. Tuğrul Çomu, İstanbul, Kalkedon Yayınları, 2010, s. 55-93.
- Doğan, İsmail: **Türk Futbolunda Potansiyel İstanbul Ruhu ve Şiddet, Düşünen Siyaset Dergisi**, 2, 1999, s. 73-80.

- Doğu, Burak: “Sanal Nefret Pratikleri: İnternet’te Nefret Söylemi ve Karşı Örgütlenmeler”, ***Yeni Medyada Nefret Söylemi***, Haz. Tuğrul Çomu, İstanbul, Kalkedon Yayınları, 2010, s.223-252.
- Doruk Karadoğın, Ece: **İknanın Sosyal Psikolojisi**, İstanbul, Derin Yayınları, 2015.
- Einspanner, Jessica, Dang-Anh, Mark, Thimm, Caja: “Twitter Verilerinin Bilgisayar Destekli İçerik Analizi”, ***Twitter ve Toplum***, Ed. Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt ve Cornelius Puschmann, İstanbul, Kafka, 2016, s. 157-170.
- Erdoğan İrfan, Alemdar Korkmaz: **Öteki Kuram: Kitle İletişimi Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi**, İstanbul, Erk Yayıncılık, 2010.
- Ertürk, Yıldız Dilek: **Davranışlarımız ve Biz: Sosyal Psikoloji Bakışıyla Kalabalık İçinde Ben Olmak**, İstanbul, Pozitif Yayınları, 2017.
- Evans, Dawe: **Social Media Marketing: An Hour A Day**, Second Edition, Indiana, John Wiley & Sons, 2012.
- Fiske, John: **İletişim Çalışmalarına Giriş**, 2. Basım, çev. Süleyman İrfan, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 2003.
- Foucault, Michel: **Söylemin Düzeni**, çev. Turhan Ilgaz, İstanbul, Hil Yayın, 1987.
- Geray, Haluk: **İletişim ve Teknoloji: Ulusal Medya Düzeninde Yeni Medya Politikaları**, İstanbul, Ütopya Yayınları, 2003.

- Gökçe, Orhan: **İçerik Çözümlemesi: Teori-Metod-Uygulama**, Genişletilmiş 3. Baskı, Konya, Selçuk Üniversitesi Vakfı, 2001.
- Göregenli, Melek: “Nefret Söylemi ve Nefret Suçları”, **Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar Mecralar Tartışmalar**, ed. Mahmut Çınar, İstanbul, Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2013.
- Göregenli, Melek: “Temel Kavramlar: Önyargı, Kalıp yargı ve Ayrımcılık”, **Ayrımcılık Çok Boyutlu Yaklaşımlar**, der. Kenan Çayır, Müge Ayan Ceyhan, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2012, s.17-27.
- Güdekli, Ayşad: “Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Yazılı Basın ile Twitter Gündeminin Karşılaştırmalı Analizi”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, (35), 2016, s. 151–163.
- Gültekin, Deniz: “Savaş ve Propaganda Bağlantısı”, **Pivolka – Özel, Savaş Özel Sayısı**, 2003, s. 7-8.
- Güngör, Nazife: **İletişim Kuramlar Yaklaşımlar**, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2011.
- Hazar, Murat: “Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, 7(2), 2011, s. 151–175.
- Highfield, Tim: “Sarı Formayı Takip Etmek: Fransa Turunu Tweetlemek”, **Twitter ve Toplum**, der. Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt, Cornelius Puschmann, çev. Emre Erbatur, İstanbul, Kafka, 2016, s. 339-353.

Irak, Dağhan,
Yazıcıoğlu, Onur:

Türkiye ve Sosyal Medya, İstanbul, Okuyan Us, 2012.

İnal, Ali Niyazi:

Futbolda Eğitim ve Öğretim, İstanbul, Nobel Yayınları, 1998.

İnceoğlu Aytekin,
Asuman:

“Nefret Suçu Kavramı ve Türk Ceza Hukukundaki Yeri”, **Nefret Suçlarıyla Mücadele Toplantıları**, İnsan Hakları Gündemi Derneği, 2010, s. 82-94.

Kahraman, Murat:

Sosyal medya 101, İstanbul, Mediacat Yayınları, 2010.

Karagöz, Kezban:

“Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri”, **İletişim ve Diplomasi**, 1, 2013, s. 131–157.

Karan, Ulaş:

“Nefret İçerikli İfadeler, İfade Özgürlüğü ve Uluslararası Hukuk”, **Nefret Söylemi ve Nefret Suçları**, der. Yasemin İnceoğlu, 82-102. İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2012.

Karan, Ulaş:

“Nefret Söylemi ve Yakından İlişkili Diğer Kavramlar: Ayrımcılık, Nefret Suçu ve Hakaret”, **Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar Mecralar Tartışmalar**, ed. Mahmut Çınar, İstanbul, Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2013.

Katırcı, Hakan,
Çalışkan, Kadir,
Yüce, Arif,
Büyükkakgöl,
Ümit Can:

“Futbolda Nefretin Anatomisi: Türk Spor Basınında Nefret Dili”, **GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences**, 1(1), 2018, s. 1-21.

Kaya, Aysun:

“Sosyal Paylaşım Ağlarının Kişilerarası İletişim Sürecine Etkisi Bağlamında Facebook”, **Sosyal Medya Araştırmaları – 1**, ed. Ali Büyükkaslan, Ali Murat Kırık, Konya, Çizgi Kitapevi, 2017, s.155-206.

Kırık, Ali Murat:

Sosyal Medya ve İnternet Ortamında Viral Reklamcılık, Konya, Çizgi Kitabevi, 2017.

- Kıvanç, Ümit: **Kesin Ofsayt: Televizyon Futbolu ve Futbol Medyası**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2001.
- King, Anthony: Abstract and Engaged Critique in Sociology: on Football Hooliganism, **British Journal of Sociology**, 52(4), 2001, pp. 707-712.
- King, Anthony: Violent Pasts: Collective Memory and Football Hooliganism. **The Sociological Review**, 49(4), 2001, s. 568-585.
- Korkmaz, Ali: “Yeni Toplumsal Hareketler ve Twitter”, **İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar ve Twitter**, ed. Selva Ersöz Karakulakoğlu, Özge Uğurlu, Ankara, Heretik Yayınları, 2015, s. 93-116.
- Kozanoğlu, Can: **Türkiye'de Futbol: "Bu maçı alıcaz!"**, İstanbul, Kıyı Yayınları, 1990.
- Krippendorff, Klaus: **Content Analysis: An Introduction to Its Methodology** 2nd ed., Thousand Oaks, CA, Sage, 2004.
- Kurtuluş Sema, Özkan Erdem, Öztürk, Selen: “How Do Social Media Users in Turkey Differ in Terms of Their Use Habits and Preferences?”, **International Journal of Business and Information**, 10(3), 2015, pp. 337–365.
- Kuru Emin: **Sporda Psikoloji**, Ankara, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi, 2000.
- Kuşat Ali: “Bir Değerler Sistemi Olarak “Kimlik” Duygusu ve Atatürk”, **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 1(15), 2003, s. 45-61.
- Kuşay, Yeliz: “Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri”, **İkinci Medya Çağında İnternet**, ed. Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, İstanbul, Alfa, 2010, s. 61–89.

- Kuyucu, Michael: “Türkiye’deki Popüler Müzik Yorumcularının Twitter Kullanımına Yönelik Bir Araştırma”, **Sosyal Medya Araştırmaları**, ed. Ali Büyükaslan, Ali Murat Korkmaz, Konya, Çizgi Yayınları, 2016, s. 249-304.
- Kuyucu, Mihalıs: “Televizyon ve Sosyal Medya”, **Dijital İletişim Bildiriler Kitabı**, İstanbul, İskenderiye Kitap, 2014.
- Küçükylmaz Mücahit,
Özutku Fatih,
Çopur Hakan,
Sığın, İbrahim
İlter, Kemal,
Arı Yalçın:
Sosyal Medyanın ABC’si, İstanbul, Alfa, 2014.
- Lievrouw, Leah,
Livingstone, Sonia: “The Social Shaping and Consequences of ICTs”, **The Handbook of New Media**, London, Sage Pub, 2007, pp. 15-32.
- Lister, Martin,
Dovey, Jon,
Giddings, Seth,
Grant, Iain,
Kelly, Kieran:
New Media: A Critical Introduction, London, Routledge, 2003.
- Madran, H. Andaç
Demirtaş: “Temel Beklenti Etkisi Kendini Gerçekleştiren Kehanet”, **Ayırıcılık Çok Boyutlu Yaklaşımlar**, der. Kenan Çayır, Müge Ayan Ceyhan, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2012, s. 29-40.
- Manovich, Lev: “What is New Media”, **The New Media Theory Reader**, ed. Robert Hassan, Julian Thomas, London, Open University Press, 2006.
- Michaud, Yves: **Şiddet**, İstanbul, İletişim Yayınları, 1996.

- Mutlu, Erol: **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Ark Yayınevi, 1995.
- Neuendorf, Kimberly A.: **The Content Analysis Guidebook**, Thousand Oaks, California, Sage Publications, 2002.
- Nielsen, Laura Beth: “Subtle, Pervasive, Harmful: Racist and Sexist Remarks in Public as Hate Speech”, *Journal of Social Issues*, 58(2), 2002, pp. 265-280.
- O'Reilly, Tim
Milstein, Sarah: **The Twitter Book**, Sebastopol, O'Reilly Media, 2009.
- Odabaşı Ferhan,
Mısırlı Özge,
Günüç Selim,
Timar Zeynep Şahin,
Ersoy Mehmet
Ve diğerleri: “Eğitim için Yeni Bir Ortam: Twitter”, *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 2(1), 2012.
- Özbaydar, Sabri: **İnsan Davranışlarının Sınırları ve Spor Psikolojisi**, İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi, 1983.
- Özsoy, Elif Ceyhan: **LGBT Bireyler ve Nefret Suçları**, Ankara, Kaos GL, 2011.
- Parlak, Mete Ogün: “Yeni Medya ve Haberciliğin Dönüşümü: Gazetecilik Mecrası Olarak Twitter”, **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2019.
- Patel, Karan: “Incremental Journey for World Wide Web: Introduced with Web 1.0 to Recent Web 5.0 – A Survey Paper”, *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 3(10), 2013, pp. 410–417.
- Postman, Neil: **Teknopoli: Yeni Dünya Düzeni**, çev. M. Emre Yılmaz, İstanbul, Gelenek Yayınevi, 2004.

Rainey, Bernadette,
Wicks, Elizabeth,
Ovey, Clare:

Jacobs, White and Ovey: The European Convention on Human Rights, Oxford, Oxford University Press, 2002.

Ritzer, George:

The Blackbell Encyclopedia of Sociology, Blackbell Publishing Ltd, 2007.

Rogers, Richard:

“Twitter’ı Sıradanlıktan Kurtarmak”, **Twitter ve Toplum**, der. Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt, Cornelius Puschmann, çev. Emre Erbatur, İstanbul, Kafka, 2016, s. 9-32.

Sayımer, İdil:

“Yeni Medya Ortamlarında Ağlar Oluşturan Toplumsal Hareket Deneyimleri”, **Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi**, 2(2), 2014, s. 97–112.

Selçuk Ayhan,
Şeker Mustafa:

Danıştay Saldırısı Haberlerinde Söylem ve İdeoloji, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2012.

Sert, Nuray Yılmaz:

“Yeni Medyada Aktivist Hareketler Örnek İnceleme: Türkiye’de LGBTT Aktivizmi”, **Yeni Medya Araştırmaları: Kavramlar, Uygulamalar, Tartışmalar**, der. Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, İstanbul, Literatürk Yayınları, 2014, s. 283-336.

Solak, Adem:

İnsan İlişkileri ve İletişim, Ankara, Hermes Basımevi, 2009.

Sönmez, Bilge:

“Sosyal Medya ve Ortaöğretim Öğretmenlerinin Facebook Kullanım Alışkanlıkları”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2013.

Sözen, Edibe:

Söylem: Belirsizlik, Mübadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite, İstanbul, Paradigma Yayınları, 1999.

Şahan Hasan,
Çınar Vedat:

“Kitle İletişim Araçlarının Spor Kamuoyu Üzerine Etkisi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 2004, s. 313-321.

Şahin, Murat:

Beden Eğitimi ve Sporda Temel Kavramlar Sportif-Tıbbi-Sosyal Terimler Sözlüğü, Ankara, Nobel Yayınevi, 2002.

Şahin, Mürsel:

“Bir Siyasal İletişim Unsuru Olarak Nefret Söyleminin Spor Müsabakalarına Yansıması: Twitter Örneği”, **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018.

Şener, Gülüm:

“İnternet ve Demokrasi İlişkisine Dair Eleştirel Bir Yaklaşım”, *İnet-Tr-XI “Türkiye’de İnternet” Konferansı, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, 21-23 Aralık*, Ankara, 2006, s. 63–67.

Şenol, Mehmet:

“Gayri Resmi Tribün Tarihine Kısa Giriş”, *Top Bir Dünyadır*, ed. Barış Tut, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2002.

Şevik, Elif:

“Yeni Medya ve Nefret Söylemi: Yeni Medyada Cinsel Yönelim Temelli Nefret Söylemi Üzerine Bir İnceleme”, **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli, 2015.

Talimciler, Ahmet:

“Ötekine Yönelik Nefretin Fark Edilmediği ya da Kanıksandığı Alan: Türkiye Futbol Medyası”, *Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları*, der. Yasemin İnceoğlu, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2012, s. 247-287.

Talimciler, Ahmet:

Türkiye’de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi, İstanbul, Bağlam Yayınları, 2003.

Çomu, Tuğrul,
Binark, Mutlu
Toprak, Ali,
Yıldırım, Ayşenur,
Aygül, Eser,
Börekçi, Senem:

Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: “Görülüyorum Öyleyse Varım!”, Kalkedon, İstanbul, 2014.

- Toprak, Mehmet: “Sosyal Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Nefret Söylemi: Twitter Örneği”, **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya, 2018.
- Tunçay, Esra: “Medyada Nefret Söylemi: Ankara Patlaması Örneği”, **Marmara İletişim Dergisi**, (27), ISSN: 1300-4050, 2017, s. 41-62.
- Turan, Erdem Alper: “Yeni Medya Ortamları ile Dönüşen İzleyicinin Elektronik Sözlük ve Talk Show Ara Kesitinde İzlenmesi”, **Yeni Medya Araştırmaları: Kavramlar, Uygulamalar, Tartışmalar**, Ed. İdil Sayımer, İstanbul, Literatürk Yayınları, 2014, s. 99-148.
- Turan, Yahya: “Sosyal Medyanın Kimlik Gelişimindeki Rolü”, **Uluslararası Kişilik ve Karakter İnşasında Dinin Yeri Sempozyumu, 10-12 Haziran 2016**, ed. Yavuz Ünal, Şevket Pekdemir, Yusuf Bahri Gündoğdu, Orhan İyibilgin, Sait Kar, Ordu, 2016, s. 399-420.
- Uslu, Cennet: “Nefret Söylemi Suçu ve Versus İfade Hürriyeti”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 38, 2013, s. 185-202
- Uygun, Oktay: “Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ve Türk Hukukunda İfade Özgürlüğünün Sınırlanması” **Kamu Hukuku İncelemeleri**, der. Oktay Uygun, İstanbul, XII Levha, 2011, s. 127-198.
- Uygun, Selçuk: “Üniversite Gençlerinin “Öteki” Kimliklere İlişkin Önyargıları”, **Akademik Araştırmalar Dergisi**, Sayı 29, 2006, s. 103-121.

- Ünsal, Artun: **Tribün Cemaatinin Öfkesi: Ticarileşen Türkiye Futbolunda Şiddet**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2005.
- Van Dijk, Jan: “Digital Media”, **The Sage Handbook of Media Studies**, ed. John D.H. Downing, Denis McQuail, Philip Schlesinger ve Ellen Wartella, London, Sage, 2004, pp. 145-163.
- Van Dijk, Teun: “Söylem ve İktidar”, **Nefret Suçları ve Nefret Söylemi**, çev. Pınar Uygun, haz. Ayşe Çavdar, Aylin B. Yıldırım, İstanbul, Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2010, s. 9-44.
- Van Dijk, Teun: **Söylem ve İdeoloji**, der. Barış Çoban, Esra Özarslan, İstanbul, Su Yayınları, 2003, s. 14-109.
- Vardal, Zeynep Burcu: “Nefret Söylemi ve Yeni Medya”, **Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 2(1), 2015, s. 132-156.
- World, Thomas, Aristodemou, Elena, Dunkels, Elza, Laouris, Yiannis: “Inappropriate Content”, **Kids Online: Opportunities and Risks For Children**, Der. Sonia Livingstone, Leslie Haddon, Bristol, The Policy Press, 2009, pp. 135-146.
- Yengin, Deniz: **İletişim Çalışmalarında Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları**, İstanbul, Der Yayınları, 2017.
- Yetim, Azmi: **Sosyoloji ve Spor**, Ankara, Berikan Yayınevi, 2011.
- Yıldırım, Besim: “İçerik Çözümlemesi Yönteminin Tarihsel Gelişimi Uygulama Alanları ve Aşamaları”, **İletişim Araştırmalarında Yöntemler: Uygulama ve Örneklerle**, Konya, Literatürk Academia, 2015, s. 105-153.

Yıldırım, Ayşenur,
Yıldız, Enginçan:

“Twitter’da ve Çevrimiçi Bir Gazetede Yer Alan Nefret Söylemlerinin Karşılaştırılması: Suriyeli Mülteciler Örneği”, *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 2018, s. 760-793.

Yılmaz S. Hakan:

Siyasal Nefret Söylemi ve Medya, İstanbul, Literatürk Academia, 2013.

Yüksel, Mehmet:

“Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 58-1, 9(4), 2014, s. 181–213.

Zani, Bruna,
Kirchler, Erich:

“When Violence Overshadows the Spirit of Sporting Competition: Italian Football Fans and Their Clubs”, *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 1(1), 1991, pp. 5-21.

İNTERNET KAYNAKLARI

- Boztepe, Muhammed: “Sahaya Yetkisiz Giren Kişilere Hapis Cezası”,
www.aa.com.tr, Erişim Tarihi: 16.08.2019.
- DataReportal: “DIGITAL 2020: TURKEY”,
<https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey>,
Erişim Tarihi: 18.02.2020.
- Erden, Betül: “Twitter 6 Yaşında”,
<http://www.teknobeyin.com/twitter-6-yasinda.html>,
Erişim Tarihi: 25.03.2012.
- Haber Türk Gazetesi: “5 Bin Taraftara Seyirden Maç
Cezası”,<https://www.haberturk.com/5-bin-taraftara-seyirden-men-cezasi-2285365-spor>, Erişim Tarihi:
8.01.2019.
- Hrant Dink Vakfı: “2017 yılı itibariyle Medyada Nefret Söyleminin
İzlenmesi projesinde kullanılan anahtar kelimeler”,
<https://hrantdink.org/attachments/article/256/Anahtar%20kelimeler.pdf>.
- Mustafa Erdoğan: “Demokratik Toplumda İfade Özgürlüğü: Özgürlükçü
Bir Perspektif”. *Liberal Düşünce Topluluğu*,
<http://www.liberal.org.tr/sayfa/demokratik-toplumda-ifadeozgurlugu-ozgurlukcu-bir-perspektif-mustafa-erdogan,224.php>, Erişim Tarihi: 15.05.2018.

- OSCE: “Hate Crime Laws: A Practical Guide”, *the OSCE (AGİT) Office for Democratic Institutions and Human Rights (ODIHR)*, Varşova,
<https://www.osce.org/odihr/36426>, s. 25, Erişim Tarihi: 9.03.2009.
- OSCE: “Hate Crimes in the OSCE Region: Incidents and Responses-Annual Report for 2006”, *the OSCE (AGİT) Office for Democratic Institutions and Human Rights (ODIHR)*, Varşova,
<https://www.osce.org/odihr/26759>, Erişim Tarihi: 18.09.2007.
- Resmi Gazete: “Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanunun Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik”,
<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/12/20121222-6.htm>, Erişim Tarihi: 22 Aralık 2012.
- Senem Doğanoglu: “Adaletin “LGBT” Hâli”, *LGBT Hakları Platformu*,
http://www.kaosgldernegi.org/resim/kutuphane/dl/adaletin_lgbt_hali.pdf, Erişim Tarihi: Ağustos 2009.
- We Are Social: “DIGITAL IN 2020”, <https://wearesocial.com/digital-2020>, Erişim Tarihi: 30.01.2020.
- Weber, Anne: “Nefret Söylemi El Kitabı”, çev. Metin Çulhaoğlu,
<http://www.ihop.org.tr/> Erişim:10.04.2011.
- T.C Cumhurbaşkanlığı
Mevzuat Bilgi Sistemi: “Türk Ceza Kanunu”,
<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5237.pdf>, 1-96, Erişim Tarihi: 26.09. 2004.

SPORDA ŞİDDET VE DÜZENSİZLİĞİN ÖNLENMESİNE DAİR KANUN

Kanun Numarası: 6222
Kabul Tarihi: 31/3/2011
Yayımlandığı Yer: R. Gazete
Tarih: 14/4/2011
Sayı: 27905
Tertip: 5
Cilt: 50

BİRİNCİ BÖLÜM

Amaç, Kapsam ve Tanımlar

Amaç

MADDE 1 – (1) Bu Kanunun amacı; müsabaka öncesinde, esnasında veya sonrasında spor alanları ile bunların çevresinde, taraftarların sürekli veya geçici olarak gruplar halinde bulundukları yerlerde veya müsabakanın yapılacağı yere gidiş ve geliş güzergâhlarında şiddet ve düzensizliğin önlenmesidir.

Kapsam

MADDE 2 – (1) Bu Kanun; müsabaka öncesinde, esnasında veya sonrasında, spor alanları ile bunların çevresinde, taraftarların sürekli veya geçici olarak gruplar halinde bulundukları yerlerde veya müsabakanın yapılacağı yere gidiş ve geliş güzergâhlarında, takımların kamp yaptığı yerlerde uygulanacak güvenlik önlemlerini, şike, teşvik primi ve diğer yasak fiil ve davranışları, bunlara uygulanacak yaptırımları, spor kulüplerinin, spor kulübü yöneticilerinin, sporcularının ve diğer görevlilerinin, genel kolluk veya özel güvenlik görevlilerinin, hakemlerin, taraftarların, taraftar derneklerinin, taraftar temsilcilerinin, spor federasyonlarının, yazılı veya görsel ya da işitsel kitle iletişim kuruluşları ile mensuplarının ve diğer ilgili kişi ve kurumların spor müsabakalarında şiddet ve düzensizliğin önlenmesine ilişkin hususlardaki görev ve sorumluluklarını kapsar.

Tanımlar

MADDE 3 – (1) Bu Kanunun uygulanmasında;

- a) Federasyonlar: Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü bünyesinde faaliyet gösteren federasyonları, bağımsız spor federasyonlarını ve Türkiye Futbol Federasyonunu,
- b) Genel Müdürlük: Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğünü,
- c) İl spor güvenlik kurulu: Her ilde oluşturulan spor güvenlik kurulunu,
- ç) İlçe spor güvenlik kurulu: Spor kulübü bulunan ilçelerde oluşturulan spor güvenlik kurulunu,
- d) Merkezi spor güvenlik birimi: Emniyet Genel Müdürlüğü bünyesinde kurulan ilgili birimi,
- e) Müsabaka güvenlik amiri: Spor alanlarında güvenliğin sağlanması amacıyla mülki idare amiri tarafından görevlendirilmiş kolluk amirini,

- f) Müsabaka alanı: Spor müsabakasının yapılmasına tahsis edilen alanı,
- g) Spor alanı: Spor müsabakalarının veya antrenmanların gerçekleştirildiği alanlar ile seyircilere ait seyir alanları, sporculara ait soyunma odası ve bu Kanunun uygulanması kapsamında spor yapmaya elverişli alanları,
- ğ) Spor güvenlik birimi: Sorumluluk alanlarına göre il ve ilçe emniyet müdürlükleri veya jandarma komutanlıkları tarafından kurulan ilgili birimi,
- h) Spor kulübü: Belirli kurallara göre kurulan, amatör veya profesyonel spor dallarında faaliyette bulunan kuruluşu,
- ı) Spor müsabakası: Federasyonların düzenlediği veya düzenlenmesine izin verdiği ya da katkıda bulunduğu her türlü sportif karşılaşma ve yarışmayı,
- i) Taraftar derneği: Her ne ad altında olursa olsun, bir spor kulübünü desteklemek amacıyla kurulan derneği,
- j) Taraftardan sorumlu kulüp temsilcisi: Spor kulüplerinin yönetim kurulu üyeleri arasından belirledikleri kişiyi ifade eder.

İKİNCİ BÖLÜM

Genel Hükümler

İl ve ilçe spor güvenlik kurullarının oluşturulması

MADDE 4 – (1) İl spor güvenlik kurulu, vali veya görevlendireceği vali yardımcısının başkanlığında, belediye başkanlığı, il jandarma komutanlığı, il emniyet müdürlüğü, gençlik ve spor il müdürlüğü, il sağlık müdürlüğü, il milli eğitim müdürlüğü, ilgili federasyon ve amatör spor kulüpleri konfederasyon temsilcileri, vali tarafından belirlenecek bir hukukçu ile farklı spor kulüplerine mensup taraftardan sorumlu kulüp temsilcisi olan en az iki yönetici ve gerekli görüldüğünde davet edilecek basın kuruluşlarının ve ilgili kamu kuruluşlarının temsilcilerinden oluşur.

(2) İlçe spor güvenlik kurulu, kaymakam başkanlığında il spor güvenlik kurulunda yer alan kurum ve kuruluşların ilçedeki temsilcileri ve kaymakam tarafından belirlenecek bir hukukçu ile varsa farklı spor kulüplerine mensup taraftardan sorumlu kulüp temsilcisi olan en az iki yönetici ve gerekli görüldüğünde davet edilecek basın kuruluşlarının ve ilgili kamu kuruluşlarının temsilcilerinden oluşur.

Spor alanlarının güvenlik ve düzenine ilişkin tedbirler

MADDE 5 – (1) Ev sahibi spor kulüpleri;

- a) Spor alanlarında sağlık ve güvenliğe,
- b) Müsabakanın yapılacağı yerde konuk takım seyircilerine bağımsız bir bölüm ayırmak ve taraftarlar arasında temas olmamasını sağlamaya yönelik olarak, ilgili spor federasyonları ve uluslararası spor federasyonları tarafından belirlenen önlemleri almakla yükümlüdür.

(2) Spor kulüpleri, müsabakanın güvenliğini sağlamak amacıyla il veya ilçe spor güvenlik kurullarının kendileriyle ilgili olarak aldığı kararları yerine getirmekle yükümlüdür.

(3) Birinci ve ikinci fıkralar kapsamındaki yükümlülüklerin yerine getirilmesi amacıyla özellikle;

a) Spor alanlarına, seyri engellemeyecek şekilde ve federasyonun bağılı olduğu uluslararası federasyonun talimatlarına uygun olarak seyirci ile müsabakanın yapıldığı yer arasına tel, duvar, bariyer ve benzeri fizikî engeller konulabilir.

b) Fizikî engeller, ilgili spor güvenlik biriminin görüşü alınarak, il veya ilçe spor güvenlik kurullarının kararı ile kaldırılabilir.

c) Spor alanlarında, çocuklar ve engellilerin müsabakaları izleyebilmeleri için durumlarına uygun yerler tahsis edilir.

ç) Spor alanlarında seyircilerin oturma yerleri numaralandırılır. Bilet satışları koltuk numarasıyla ilişkilendirilerek yapılır. Müsabaka alanlarına kapasitenin üzerinde veya biletsiz seyirci alınamaz.

(4) Spor müsabakalarının yapıldığı alanlara girişi sağlayacak biletler, elektronik sistem üzerinden oluşturulur. Bilet satın almak isteyen kişilerle ilgili olarak, üzerinde adı, soyadı, Türkiye Cumhuriyeti kimlik numarası ve fotoğrafı olan bir elektronik kart oluşturulur. Kişinin yabancı olması halinde kart üzerinde Türkiye Cumhuriyeti kimlik numarası yerine uyruğu olduğu devletin adı ile Türkiye'ye giriş yaptığı pasaportun seri numarası kaydedilir. Bilet satışları kişilere özgü elektronik kart üzerinden yapılabilir. Spor müsabakalarına, kişi ancak adına düzenlenen elektronik kart ile izleyici olarak girebilir. Spor müsabakasına izleyici olarak girecek kişilerin kontrolünü ev sahibi kulüp yapmakla yükümlüdür. Bu yükümlülük ev sahibi olmayan müsabakalarda, müsabakaya katılan her iki kulüp; milli müsabakalarda ise, ilgili federasyon tarafından yerine getirilir.

(5) Spor alanlarında; güvenliğin sağlanması ve bu Kanuna aykırı davranışların tespiti amacıyla, gerekli teknik donanımlar kurulur. Kameralar ve benzeri teknik donanımların yerleştirilecekleri yerler ve sayıları il veya ilçe spor güvenlik kurulları tarafından belirlenir.

(6) Futbol dalında en üst lig ile bir altındaki ligde bulunan kulüpler, dördüncü ve beşinci fıkralardaki sistemle ilgili teknik donanımları kendi kullanımındaki spor alanlarında kurmakla yükümlüdür. Elektronik karta ilişkin hükümler hariç olmak üzere aynı yükümlülükler, basketbol, voleybol ve hentbol dallarındaki en üst ligde bulunan kulüplerin kendi kullanımındaki spor alanları bakımından da geçerlidir.

(7) Futbolda en üst profesyonel lig ve bir altındaki ligde bulunan kulüplerin müsabakalarının yapıldığı spor alanlarında; bu Kanunda sayılan diğer spor branşlarında ise uluslararası spor müsabakalarının yapıldığı spor alanlarında ev sahibi ve misafir takım için ayrı ayrı olmak ve gerektiğinde kullanılmak üzere azami yirmi kişi kapasiteli en az iki tane bekleme odası ile genel kolluk görevlileri ile özel güvenlik görevlilerinin kullanımına açık tutulacak güvenlik kameraları ve anons sistemlerinin yönetildiği yeteri kadar kontrol odasının oluşturulması zorunludur. Kontrol odasında federasyon ve spor kulübü temsilcileri de bulunur. Kayıt altına alınan görüntü ve dokümanların birer örneği, müsabakanın sonunda ilgili spor güvenlik birimine, federasyona ve her iki kulüp temsilcisine verilir.

(8) Dördüncü, beşinci ve yedinci fıkralarda belirtilen güvenlik sistemlerinin ve odalarının giderleri, en üst profesyonel futbol ligi ve bir altındaki ligdeki kulüplerin kendileri tarafından; basketbol, voleybol ve hentbol dalları için ise spor tesisinin kullanım hakkına sahip olan kulüp ya da kuruluş tarafından karşılanır.

(9) Spor alanlarında hangi güvenlik sistemi veya teknik donanımın uygulanacağı ilgili federasyonun bağlı olduğu uluslararası spor örgütlerinin düzenlemeleri çerçevesinde yönetmelikle belirlenir.

(10) Spor alanları ile çevresinde; bu alanlara sokulması yasak maddelere ve eşyalara, yasak olan davranışlara ve bu alanlarda elektronik takibin yapıldığına ilişkin uyarı levhalarına yer verilir. Bu yükümlülük ilgili spor alanı kullanımında olan spor kulübü tarafından yerine getirilir.

(11) Dördüncü fıkarda belirtilen elektronik kart uygulaması ile ilgili olarak;

a) Bilet organizasyonu ve seyircilerin müsabaka alanlarına giriş ve çıkışına ilişkin kontrol ve denetim yetkisi federasyonlara ait olup federasyonlar bu amaçla bünyelerinde merkezi kontrol sistemi oluşturur. Elektronik kart oluşturulmak amacıyla alınacak kişisel bilgiler federasyon bünyesinde oluşturulan merkezi veri tabanında tutulur. Bu veri tabanı Maliye Bakanlığı ve İçişleri Bakanlığı erişimine açıktır.

b) Elektronik kart ile elektronik kart kapsamında satışı gerçekleştirilecek biletlerin basım, satış ve dağıtımına ilişkin yerel uygulamalar kulüpler tarafından, sistem üzerinden merkezi satışları ise ilgili federasyonlar tarafından gerçekleştirilir.

c) **(İptal birinci cümle: Anayasa Mahkemesi'nin 12/11/2015 tarihli ve E.: 2014/196, K.: 2015/103 sayılı Kararı ile.)** Merkezi pazarlama ve bilet satışından elde edilecek gelirler kulüplere ait olup federasyon ya da yetki verdiği üçüncü kişiler nezdinde oluşacak bu gelirler kamu kurum ve kuruluşlara ilişkin alacaklar hariç olmak üzere haczedilemez, devir ve temlik edilemez. Federasyonlar bu fıkra kapsamında belirtilen yetkilerini kısmen veya tamamen üçüncü kişilere devredebilir. ⁽¹⁾

Saha güvenliği

MADDE 6 – (1) Profesyonel spor dallarında yapılan müsabakalara katılanlar ile basketbol en üst ligindeki spor kulüpleri, genel kolluk ile birlikte görev yapmak üzere güvenliği sağlamaya yetecek sayıdaki özel güvenlik görevlilerini müsabaka öncesinden müsabakanın tamamlanıp seyirci ve sporcuların tahliyesine kadar geçecek dönem içerisinde, müsabakanın yapılacağı yerde bulundurmakla ve spor alanının iç güvenliğini sağlamakla yükümlüdür.

(2) Spor kulüpleri, özel güvenlik görevlileri dışında müsabakalarda seyirci sağlığını ve emniyetini ilgilendiren konularda çalıştırmak üzere ayrıca kulüp görevlileri bulundurmakla yükümlüdür.

(3) Spor kulüpleri, bu Kanunda yer alan yükümlülüklerini yerine getirmek amacıyla özel güvenlik hizmeti satın alabilir. En üst profesyonel futbol ligi kulüplerinin müsabakalarında güvenliğin sağlanması amacıyla genel kolluk görevlilerinden, görevde olmayanlar da görevlendirilebilir. Bu görevlendirme, ilgili kulübün başvurusu ve federasyonun talebi üzerine, müsabakanın yapılacağı yerdeki yetkili kolluk birimince yapılır. Bu kolluk görevlilerine, görevlendirildikleri müsabaka ile sınırlı olarak günlük harcırah miktarının iki katı kadar ödeme yapılır. Bu miktar, federasyon tarafından doğrudan kolluk görevlilerinin hesabına yatırılır. Federasyon, ödeyeceği para miktarını ilgili spor kulübünün alacaklarından öncelikle mahsup eder. İl veya ilçe spor güvenlik kurulları tarafından belirlenen özel güvenlik görevlisi sayısının üçte birini geçmeyecek sayıda ve bunların yerine genel kolluk görevlisi bu şekilde görevlendirilir.

(1) Bu bendin üçüncü cümlesi, on birinci fıkranın (a) bendinin ikinci cümlesi yönünden Anayasa Mahkemesi'nin 12/11/2015 tarihli ve E.: 2014/196, K.: 2015/103 sayılı Kararı ile iptal edilmiştir.

(4) Spor alanlarında görev yapacak özel güvenlik görevlileri, 10/6/2004 tarihli ve 5188 sayılı Özel Güvenlik Hizmetlerine Dair Kanunda belirtilen görev ve yetkileri haizdir. Bu Kanundan doğan görevlerinin ifası sırasında, özel güvenlik görevlilerinin ateşli silah taşımaları yasaktır.

Müsabaka güvenliği

MADDE 7 – (1) Müsabaka güvenlik amiri, spor müsabakalarında alınacak güvenlik önlemlerinin yürütülmesi ve denetlenmesi konularında, müsabakanın güvenliği ile ilgili tüm kişi ve kuruluşlarla gerekli koordinasyonu sağlamakla yetkili ve görevlidir.

(2) Her spor güvenlik birimi amiri, futbolda en üst lig ve bir altındaki lig için, her bir kulüple ilgili bir kolluk görevlisi görevlendirmekle yükümlüdür. Belirlenen kolluk görevlisi, deplasman maçları dahil ilgili kulübün bütün maçlarında görevlendirilir.

(3) Müsabakanın yapıldığı spor alanında genel kolluk görevlileri ile özel güvenlik görevlileri, müsabaka güvenlik amirinin emir ve denetiminde birlikte görev yapar. Müsabaka güvenlik amiri her zaman tribünlerdeki genel kolluk görevlilerinin sayısının artırılmasına karar verebilir.

(4) İl veya ilçe spor güvenlik kurulları, spor alanında spor kulüplerinin bulundurmakla yükümlü oldukları özel güvenlik görevlilerinin sayısını ve görev alacakları yerleri belirlemekle yetkilidir.

Taraftar derneklerinin yükümlülükleri

MADDE 8 – (1) Taraftar dernekleri, bu Kanunun amacına aykırı faaliyette bulunamaz.

(2) Taraftar dernekleri, taraftarların spor ahlâkı ve ilkelerine uygun biçimde sportif faaliyetleri izlemelerini sağlamaya yönelik eğitici faaliyetler düzenler.

Taraftardan sorumlu kulüp temsilcisi

MADDE 9 – (1) Spor kulüpleri, yönetim kurulu üyeleri arasında bir veya birkaç kişiyi taraftardan sorumlu kulüp temsilcisi olarak belirlemek ve bu kişilerin kimlik ve adres bilgilerini spor kulübünün bulunduğu yerdeki genel kolluk birimine bildirmekle yükümlüdür. Bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi halinde, bu Kanun hükümlerine göre taraftardan sorumlu kulüp temsilcisine terettüp eden yükümlülükler, kulüp başkan ve yönetim kurulu üyelerinin tamamı tarafından yerine getirilir.

(2) Taraftardan sorumlu kulüp temsilcileri, müsabaka güvenliğinin sağlanması konusunda genel kolluk görevlileri ile özel güvenlik görevlilerine yardımcı olmakla yükümlüdür.

Seyir güvenliğinin sağlanması

MADDE 10 – (1) Spor müsabakalarında, müsabaka alanının çevresinde bulunan ve insan hayatı açısından tehlike oluşturabilecek yerlerde müsabakaların seyredilmemesi için il veya ilçe spor güvenlik kurulları gerekli önlemlerin alınmasını sağlar.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Yasak Fiiller ve Ceza Hükümleri

Şike ve teşvik primi

MADDE 11 – (1) Belirli bir spor müsabakasının sonucunu etkilemek amacıyla bir başkasına kazanç veya sair menfaat temin eden kişi, bir yıldan üç yıla kadar ⁽¹⁾ hapis ve yirmibin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır. Kendisine menfaat temin edilen kişi de bu suçtan dolayı müşterek fail olarak cezalandırılır. Kazanç veya sair menfaat temini hususunda anlaşmaya varılmış olması halinde dahi, suç tamamlanmış gibi cezaya hükmolunur.

(1) 10/12/2011 tarihli ve 6259 sayılı Kanunun 1 inci maddesiyle bu fıkrafta yer alan “beş yıldan oniki yıla kadar” ibaresi “bir yıldan üç yıla kadar” şeklinde değiştirilmiştir.

(2) Şike anlaşmasının varlığını bilerek spor müsabakasının anlaşma doğrultusunda sonuçlanmasına katkıda bulunan kişiler de birinci fıkra hükmüne göre cezalandırılır.

(3) Kazanç veya sair menfaat vaat veya teklifinde bulunulması halinde, anlaşmaya varılamadığı takdirde, suçun teşebbüs aşamasında kalmış olması dolayısıyla cezaya hükmolunur.

(4) Suçun;

a) Kamu görevinin sağladığı güven veya nüfuzun kötüye kullanılması suretiyle,

b) **(Değişik:10/12/2011-6259/1 md.)** Federasyon veya spor kulüpleri ile spor alanında faaliyet gösteren tüzel kişilerin, genel kurul ve yönetim kurulu başkan veya üyeleri, teknik veya idari yöneticiler ile kulüplerin ve sporcuların menajerleri veya temsilciliğini yapan kişiler tarafından,

c) Suç işlemek amacıyla kurulmuş bir örgütün faaliyeti çerçevesinde,

ç) Bahis oyunlarının sonuçlarını etkilemek amacıyla, işlenmesi halinde verilecek ceza yarı oranında artırılır.

(5) Suçun bir müsabakada bir takımın başarılı olmasını sağlamak amacıyla teşvik primi verilmesi veya vaat edilmesi suretiyle işlenmesi halinde bu madde hükümlerine göre verilecek ceza yarı oranında indirilir.

(6) Bu madde hükümleri;

a) Milli takımlara veya milli sporculara başarılı olmalarını sağlamak amacıyla,

b) Spor kulüpleri tarafından kendi takım oyuncularına veya teknik heyetine müsabakada başarılı olabilmelerini sağlamak amacıyla, prim verilmesi veya vaadinde bulunulması halinde uygulanmaz.

(7) Suçun spor kulüplerinin veya sair bir tüzel kişinin yararına işlenmesi halinde, ayrıca bunlara, şike veya teşvik primi miktarı kadar idari para cezası verilir. Ancak, verilecek idari para cezasının miktarı yüzbin Türk Lirasından az olamaz.

(8) Müsabaka yapılmadan önce suçun ortaya çıkmasını sağlayan kişiye ceza verilmez.

(9) **(Ek fıkra: 10/12/2011-6259/1 md.)** Bu madde kapsamına giren suçlarla ilgili olarak 4/12/2004 tarihli ve 5271 sayılı Ceza Muhakemesi Kanununun 231 inci maddesine göre hükmün açıklanmasının geri bırakılması kararı verilemez; verilen hapis cezası seçenek yaptırımlara çevrelemes ve ertelenemez.

(10) **(Ek fıkra: 10/12/2011-6259/1 md.)** Bu maddede tanımlanan suçların bir suç işleme kararının icrası kapsamında değişik zamanlarda birden fazla işlenmesi halinde, bunlardan en ağır cezayı gerektiren fiilden dolayı verilecek ceza dörtte birinden dörtte üçüne kadar artırılarak tek cezaya hükmolunur.

(11) **(Ek fıkra: 10/12/2011-6259/1 md.)** Bu maddede tanımlanan suçlardan dolayı cezaya mahkûmiyet halinde, kişi hakkında ayrıca Türk Ceza Kanunu'nun 53. maddesi hükümlerine göre, spor kulüplerinin, federasyonların, bünyesinde sportif faaliyetler icra edilen tüzel kişilerin yönetim ve denetim organlarında görev yapmaktan yasaklanmasına hükmolunur.

Spor alanlarına sokulması yasak maddeler

MADDE 12 – (1) Spor alanlarına;

a) Ruhsatlı dahi olsa ateşli silahlar ile esasen bulundurulması yasak olan diğer silahların,

b) Esasen bulundurulması yasak olmamakla beraber kesici, ezici, bereleyici veya delici aletler ile patlayıcı, parlayıcı, yanıcı veya yakıcı maddelerin,

c) Uyuşturucu veya uyarıcı maddelerin ve ilgili spor federasyonlarının belirlediği esaslara aykırı olarak alkollü içeceklerin sokulması yasaktır.

(2) Müsabaka güvenliğinin sağlanması amacıyla, genel kolluk görevlileri ile bunların gözetiminde olmak üzere özel güvenlik görevlileri, mülki amirin yazılı emrine istinaden, spor alanına girişte izleyicilerin üstünü ve eşyasını teknik cihazlarla ve gerektiğinde el ile kontrol edebilir ve arayabilir.

(3) Spor müsabakası öncesinde, esnasında ve sonrasında spor alanının çevresinde ve müsabakanın yapılacağı yer gidiş ve geliş güzergâhında, taraftarların üzeri ve eşyası 4/7/1934 tarihli ve 2559 sayılı Polis Vazife ve Salahiyet Kanununun önleme aramasına ilişkin hükümlerine göre aranabilir.

(4) 4/12/2004 tarihli ve 5271 sayılı Ceza Muhakemesi Kanununun adli aramaya ilişkin hükümleri saklıdır.

(5) Genel kolluk görevlileri ve belediye zabıtası birinci fıkranın (b) ve (c) bentleri kapsamına giren alet veya maddeleri spor alanı çevresinde seyyar olarak satan, satışa arz eden, dağıtan veya dağıtmak için bulunduran kişileri bu alandan uzaklaştırmakla yükümlüdür.

Spor alanlarına yasak madde sokulması ve müsabaka düzeninin bozulması ⁽¹⁾

MADDE 13 – (1) Bulundurulması esasen suç oluşturan silahları spor alanlarına sokan kişi hakkında, 10/7/1953 tarihli ve 6136 sayılı Ateşli Silahlar ve Bıçaklar ile Diğer Aletler Hakkında Kanunun ek 1 inci maddesi hükümlerine göre cezaya hükmolunur.

(2) Esasen bulundurulması suç oluşturmamakla beraber 12. maddenin birinci fıkrasının (b) bendi kapsamına giren alet veya maddeleri spor alanlarına sokan kişi, bir yıla kadar ⁽¹⁾ hapis cezası ile cezalandırılır.

(3) 12. maddenin birinci fıkrasının (b) bendi kapsamına giren alet veya maddeleri seyircilere temin etmek amacıyla spor alanına sokan veya spor alanında seyircilere temin eden kişi, altı aydan iki yıla kadar ⁽¹⁾ hapis cezası ile cezalandırılır.

(4) 12. maddenin birinci fıkrasının (b) bendi kapsamına giren alet veya maddeleri spor alanında kullanan kişi, bu suretle müsabaka düzeninin bozulması halinde, fiili daha ağır cezayı gerektiren başka bir suç oluşturmadığı takdirde, üç aydan bir yıla kadar ⁽¹⁾ hapis cezası ile cezalandırılır.

(5) Spor alanına sokulması yasak olmayan maddeleri kullanarak müsabaka düzeninin bozulmasına sebebiyet veren kişi, fiili daha ağır bir cezayı gerektiren başka bir suç oluşturmadığı takdirde, adli para cezasıyla cezalandırılır.

(6) 12. maddenin birinci fıkrasının (c) bendi hükümlerine aykırı olarak spor alanlarına müsabaka sırasında uyuşturucu veya uyarıcı madde ya da alkollü içecek sokan kişi, fiili daha ağır bir cezayı gerektiren başka bir suç oluşturmadığı takdirde, adli para cezası ile cezalandırılır.

Hakaret içeren tezahürat

MADDE 14 – (1) 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, failler hakkında 15 günden az olmamak üzere adli para cezasına hükmolunur.

(2) Spor alanlarında veya çevresinde toplum kesimlerini din, dil, ırk, etnik köken, cinsiyet veya mezhep farkı gözeterek hakaret oluşturan söz ve davranışlarda bulunan kişi, fiili daha ağır cezayı gerektiren başka bir suç oluşturmadığı takdirde, üç aydan bir yıla kadar ⁽²⁾ hapis cezası ile cezalandırılır.

(3) Birinci ve ikinci fıkralarda tanımlanan suçların yazılı pankart taşınması veya asılması ya da duvarlara yazı yazılması suretiyle işlenmesi halinde, verilecek ceza yarı oranında artırılır.

Spor alanlarına usulsüz seyirci girişi

MADDE 15 – (1) Bu Kanun hükümlerine göre temin edilmiş bileti olmaksızın spor müsabakalarını izlemek amacıyla spor alanlarına giren kişi, adli para cezası ile cezalandırılır. Suçun spor müsabakalarına seyirci olarak katılmaktan yasaklanmış kişi tarafından işlenmesi halinde, verilecek adli para cezasının miktarı elli günden az olamaz. ⁽³⁾

(1) 10/12/2011 tarihli ve 6259 sayılı Kanunun 2. maddesiyle bu maddenin ikinci fıkrasında yer alan “üç aydan bir yıla kadar” ibaresi “bir yıla kadar”, üçüncü fıkrasında yer alan “iki yıldan beş yıla kadar” ibaresi “altı aydan iki yıla kadar” ve dördüncü fıkrasında yer alan “bir yıldan üç yıla kadar” ibaresi “üç aydan bir yıla kadar” şeklinde değiştirilmiştir.

(2) 10/12/2011 tarihli ve 6259 sayılı Kanunun 3. maddesiyle bu fıkra da yer alan “altı aydan iki yıla kadar” ibaresi “üç aydan bir yıla kadar” şeklinde değiştirilmiştir.

(3) 10/12/2011 tarihli ve 6259 sayılı Kanunun 4. maddesiyle bu fıkra da yer alan “hakkında üç aydan bir yıla kadar hapis cezasına hükmolunur.” ibaresi “verilecek adli para cezasının miktarı elli günden az olamaz.” şeklinde değiştirilmiştir.

(2) Spor alanlarına spor müsabakalarını izlemek amacıyla bu Kanun hükümlerine aykırı olarak seyirci kabul eden veya kabul edilmesini sağlayan kişi, elli günden az olmamak üzere adli para ⁽¹⁾ cezası ile cezalandırılır. Suçun spor müsabakalarına seyirci olarak katılmaktan yasaklanmış kişi lehine işlenmesi halinde, verilecek ceza yarı oranında artırılır.

(3) Spor müsabakalarına seyirci olarak katılmaktan yasaklanmış kişiler hariç olmak üzere; spor alanlarının Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğünün tasarrufunda bulunan seyirci yerlerine giriş ve çıkışa ilişkin düzenlemeler çerçevesinde bu alanlara girenlerle ilgili olarak birinci ve ikinci fıkra hükümleri uygulanmaz.

(4) Kendisine ait elektronik kartı bir başkasının spor müsabakasına seyirci olarak girmesini sağlamak amacıyla kullandıran kişi birinci fıkra hükmüne göre cezalandırılır.

(5) Spor müsabakalarına seyirci olarak girişi sağlamak amacıyla elektronik kartı yetkisiz olarak üreten, satan, satışa arz eden, devreden, satın alan, kabul eden veya bulunduran kişi bir yıldan dört yıla kadar hapis ve onbin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır. Bu kartı kendi kullanımı için kabul eden ve bulunduran kişi bir yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır.

Yasak alanlara girme ⁽²⁾

MADDE 16 – (1) Müsabaka için seyircilerin kabulüne başlanmasından itibaren müsabaka sonrası tamamen tahliyesine kadarki zaman zarfında yetkisiz olarak müsabaka alanına, soyunma odalarına, odaların koridorlarına, sporcu çıkış tünellerine giren kişi yirmi günden az olmamak üzere adli para ⁽²⁾ cezası ile cezalandırılır.

(2) Fiilin müsabakanın seyrini veya güvenliğini bozması halinde, fail hakkında üç aydan bir yıla kadar ⁽²⁾ hapis cezasına hükmolunur.

Spor alanlarında taşkınlık yapılması ve tesislere zarar verilmesi

MADDE 17 – (1) Spor alanlarında kasten yaralama suçunun veya mala zarar verme suçunun işlenmesi halinde şikâyet şartı aranmaksızın 26/9/2004 tarihli ve 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu’nun ilgili maddelerine göre cezaya hükmolunur. Spor alanları ve bu alanlardaki eşya, mala zarar verme suçu bakımından kamu malı hükmündedir.

(2) Birinci fıkra kapsamına giren suçların işlenmesi suretiyle spor alanlarına ve bu alanlardaki eşyaya zarar verilmiş olması halinde, meydana gelen zararların tazmini hususunda zarar veren kişiler ve onların taraftarı olduğu spor kulübü meydana gelen zarardan müteselsilen sorumludur. Zararı gideren spor kulübünün sorumlu taraftarlarına rücu hakkı saklıdır.

Seyirden yasaklanma

MADDE 18 – (1) Kişinin, bu Kanunda tanımlanan veya yollamada bulunulan ilgili kanunlardaki suçlardan dolayı mahkemece kurulan hükümde, hakkında güvenlik tedbiri olarak spor müsabakalarını seyirden yasaklanmasına karar verilir. Seyirden yasaklanma ibaresinden kişinin müsabakaları ve antrenmanları izlemek amacıyla spor alanlarına girişinin yasaklanması anlaşılır. Hükümün kesinleşmesiyle infazına başlanan seyirden yasaklanma yaptırımının süresi cezanın infazı tamamlandıktan itibaren bir yıl geçmesiyle sona erer. Bu güvenlik tedbirine ceza verilmesine yer olmadığı kararı ile birlikte hükmedilmesi halinde, hükümün kesinleştiği tarihten itibaren bir yıl geçmesiyle bu güvenlik tedbirinin uygulanmasına son verilir. Güvenlik tedbiri olarak spor müsabakalarını seyirden yasaklama kararı 25/5/2005 tarihli ve 5352 sayılı Adli Sicil Kanunu hükümlerine göre kaydedilir.

(1) 10/12/2011 tarihli ve 6259 sayılı Kanunun 4.maddesiyle bu fıkrafta yer alan “üç aydan bir yıla kadar hapis” ibaresi “elli günden az olmamak üzere adli para” şeklinde değiştirilmiştir.

(2) 10/12/2011 tarihli ve 6259 sayılı Kanunun 5. maddesiyle bu maddenin birinci fıkrasında yer alan “üç aydan bir yıla kadar hapis veya adli para” ibaresi “yirmi günden az olmamak üzere adli para” ve ikinci fıkrasında geçen “bir yıldan üç yıla kadar” ibaresi “üç aydan bir yıla kadar” şeklinde değiştirilmiştir.

(2) Bu madde hükümleri, taraftar gruplarının spor alanlarının dışında işlenen kasten yaralama, hakaret içeren tezahürat ve mala zarar verme suçları bakımından da uygulanır.

(3) Bu madde kapsamına giren suçlardan dolayı soruşturma başlatılması halinde şüpheli hakkında spor müsabakalarını seyirden yasaklama tedbiri derhal uygulamaya konulur. Soruşturma evresinde Cumhuriyet savcısı, kovuşturma evresinde mahkeme tarafından bu tedbirin kaldırılmasına karar verilmediği takdirde bu yasağın uygulanmasına koruma tedbiri olarak devam edilir.

(4) Koruma tedbiri olarak uygulanan ve güvenlik tedbiri olarak hükmedilen spor müsabakalarını seyirden yasaklama tedbirine ilişkin bilgiler Emniyet Genel Müdürlüğü bünyesinde tutulan bu amaca özgü elektronik bilgi bankasına derhal kaydedilir. Bu bilgi bankasına spor kulüplerinin ve federasyonların erişimi sağlanır. Yasaklanan kişilere ilişkin bilgiler, ilgili spor kulüplerine ve yurt dışında yapılacak müsabaka öncesinde müsabakanın yapılacağı ülkenin yetkili mercilerine bildirilir.

(5) Koruma tedbiri olarak uygulanan spor müsabakalarını seyirden yasaklanma tedbiri;

a) Cumhuriyet savcısı veya mahkeme tarafından kaldırılmasına karar verilmesi,

b) Kovuşturmaya yer olmadığı kararı verilmesi,

c) Sanık hakkında beraat veya düşme kararı verilmesi, halinde derhal kaldırılır.

(6) Kamu davasının açılmasının ertelenmesine, hükümün açıklanmasının geri bırakılmasına, hapis cezası yerine seçenek yaptırım olarak tedbire veya hapis cezasının ertelenmesine karar verilmesi halinde, kararın kesinleştiği tarihten itibaren; ön ödeme halinde ise, ön ödemede bulunduğu tarihten itibaren, bir yıl süreyle spor müsabakalarını seyirden yasaklama tedbirinin uygulanmasına devam edilir.

(7) Alkol ya da uyuşturucu veya uyarıcı madde etkisinde olduğu açıkça anlaşılan kişi, spor alanına alınmaz. Bu şekilde spor alanlarına giren ve dışarı çıkmamakta ısrar eden kişi zor kullanılarak dışarı çıkarılır ve bu madde hükümlerine göre bir yıl süreyle spor müsabakalarını seyirden yasaklanır.

(8) Bu madde hükümlerine göre spor müsabakalarını seyirden yasaklanan kişi, yasaklama kararının sebebini oluşturan fiilin işlendiği müsabakanın tarafı olan ve taraftarı olduğu takımın katıldığı spor müsabakalarının yapılacağı gün, yurt içinde bulunduğu takdirde, müsabakanın başlangıç saatinde ve bundan bir saat sonra bulunduğu yere en yakın genel kolluk birimine başvurmakla yükümlüdür.

(9) Sekizinci fıkradaki yükümlülüğe aykırı hareket eden kişi, yirmi beş günden az olmamak üzere adli para cezası ile cezalandırılır.

(10) Bu Kanun hükümlerine göre hakkında güvenlik tedbiri olarak spor müsabakalarını seyirden yasaklanma kararı verilen kişi, yasak süresince spor kulüplerinde ve federasyonlarda ve taraftar derneklerinde yönetici olamaz; spor müsabakalarında hakem, temsilci veya gözlemci olarak görev yapamaz.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli Hükümler

Federasyonların yaptırım uygulama yetkisi

MADDE 19 – (1) Bu Kanuna göre bir spor kulübüne veya spor kulübünün mensubuna ceza verilmesi, bu kulübün bağlı olduğu federasyonun yaptırım uygulama yetkisini ortadan kaldırmaz.

Hakemler, gözlemciler ve temsilciler

MADDE 20 – (1) Spor müsabakalarında görev yapan hakem, gözlemci ve temsilciler bu görevleriyle bağlantılı olarak kendilerine karşı işlenen suçlar bakımından kamu görevlisi sayılır.

Yükümlülüklerin yerine getirilmemesi

MADDE 21 – (1) Müsabakalarda özel güvenlik görevlisi bulundurma yükümlülüğüne aykırı hareket eden spor kulüplerine, eksik özel güvenlik görevlisi sayısı itibarıyla yüz Türk Lirası idari para cezası verilir.

(2) 5 inci maddenin dördüncü, beşinci ve yedinci fıkralarında öngörülen yükümlülüklerin yerine getirilmemesi halinde her müsabaka için;

a) En üst futbol liginde bulunan spor kulüplerine yüz bin Türk Lirası,

b) En üst futbol liginin bir alt liginde bulunan spor kulüplerine seksen bin Türk Lirası,

c) Basketbol, voleybol ve hentbol dalları için ise spor tesisinin kullanım hakkına sahip bulunan spor kulübü, kurum ve kuruluşlara yirmi bin Türk Lirası idari para cezası verilir.

(3) Elektronik bilet uygulamasına geçilmemiş spor alanlarına biletsiz veya kapasiteden fazla seyirci alınması halinde, ilgili spor kulübüne beş bin Türk Lirasından elli bin Türk Lirasına kadar idari para cezası verilir. Bu fıkra hükmü sadece profesyonel futbol kulüplerinin müsabakaları ile ilgili olarak uygulanır.

(4) Spor alanında kendisine tahsis edilenden başka yere oturmakta ısrar eden seyirci, zor kullanılarak dışarı çıkarılır.

Şiddete neden olabilecek açıklamalar

MADDE 22 – (1) Sporda şiddeti teşvik edecek şekilde basın ve yayın yoluyla açıklamada bulunan kişiler, fiilleri suç oluşturmadığı takdirde, beş bin Türk Lirasından elli bin Türk Lirasına kadar idari para cezası verilir.

(2) Birinci fıkra kapsamına giren fiillerin spor kulübü veya federasyon yöneticileri tarafından işlenmesi halinde, birinci fıkra hükmüne göre verilecek ceza beş katına kadar artırılır.

(3) Birinci fıkra kapsamına giren fiilleri işleyen kişiler, ayrıca idari tedbir olarak spor müsabakalarını seyirden yasaklanır. Bu yasak, kararın verildiği tarihten itibaren üç ay süreyle uygulanır. Koruma tedbiri olarak yasak kararının uygulanmasına ilişkin esas ve usuller, bu tedbir bakımından da uygulanır. Ancak 18 inci maddenin sekizinci fıkrası hükmü bu kişiler bakımından uygulanmaz.

(4) Birinci fıkra kapsamına giren fiillerin, haber verme ve eleştiri hakkının sınırları aşılarak yayımlanması halinde, ilgili basın ve yayın organının işleticisi olan gerçek veya tüzel kişiye, yüz bin Türk Lirasından beş yüz bin Türk Lirasına kadar idari para cezası verilir. Birinci fıkra kapsamına giren fiillerin tekrar tekrar yayımlanması halinde, haber verme hakkının sınırları aşılmış kabul edilir.

Yargılama ve usul hükümleri

MADDE 23 – (1) Bu Kanun kapsamına giren suçlardan dolayı yargılama yapmaya Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulunun ihtisas mahkemesi olarak görevlendireceği sulh veya asliye ⁽¹⁾ ceza mahkemeleri yetkilidir.

(2) Ceza Muhakemesi Kanununun 135 inci maddesi hükümleri, 11 inci maddede tanımlanan suç bakımından da uygulanır.

(3) Bu Kanun hükümlerine göre idari para cezasına ve diğer idari yaptırımlara karar vermeye, Cumhuriyet savcısı yetkilidir.

Yönetmelik

MADDE 24 – (1) Bu Kanun kapsamında yer alan spor dalının bağlı bulunduğu federasyon, spor kulüpleri, taraftar dernekleri ve müsabaka amirlerinin görev, yetki ve sorumlulukları ile saha içi ve dışında alınacak güvenlik önlemleri, biletlerin basılması ve satışa sunulması, müsabaka alanlarının düzenlenmesi, spor alanlarına giriş ve çıkışlar ile uygulanacak güvenlik sistemleri, sağlık, emniyet ve itfaiye teşkilâtının alacağı önlemler ve bu Kanunun kapsamına giren diğer konular hakkındaki usul ve esaslar, ilgili bakanlık ve kuruluşların görüşleri alınarak Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğünün bağlı olduğu Bakanın teklifi üzerine Bakanlar Kurulunca yürürlüğe konulan yönetmelikle düzenlenir.

Yürürlükten kaldırılan hükümler

MADDE 25 – (1) 28/4/2004 tarihli ve 5149 sayılı Spor Müsabakalarında Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun yürürlükten kaldırılmıştır.

Geçiş hükümleri

GEÇİCİ MADDE 1 – (1) Bu Kanunun 5 inci maddesinin dördüncü, beşinci ve yedinci fıkralarında öngörülen yükümlülükler (...) ⁽²⁾ üç yıl içerisinde yerine getirilir. Bu yükümlülüklerin süresinde yerine getirilmemesi halinde spor kulüpleri hakkında 21 inci madde uyarınca idari para cezası uygulanır. ⁽²⁾

Yürürlük

MADDE 26 – (1) Bu Kanun yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Yürütme

MADDE 27 – (1) Bu Kanun hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.

(1) 10/12/2011 tarihli ve 6259 sayılı Kanunun 6. maddesiyle bu fıkarda yer alan “asliye veya ağır” ibaresi “sulh veya asliye” şeklinde değiştirilmiştir.

(2) 5/4/2012 tarihli ve 6290 sayılı Kanunun 4. maddesiyle bu maddede yer alan “; en üst futbol liginde bulunan kulüpler tarafından bir yıl, diğer kulüp veya kuruluşlar tarafından ise” ibaresi metinden çıkarılmıştır

6222 SAYILI KANUNA EK VE DEĞİŞİKLİK GETİREN
MEVZUATIN VEYA ANAYASA MAHKEMESİ TARAFINDAN İPTAL EDİLEN
HÜKÜMLERİN YÜRÜRLÜĞE GİRİŞ TARİHİNİ
GÖSTERİR LİSTE

Değiştiren Kanunun/KHK'nin/ İptal Eden Anayasa Mahkemesi Kararının Numarası	6222sayılı Kanunun değişen veya iptal edilen maddeleri	Yürürlüğe Giriş Tarihi
6259	11, 13, 14, 15, 16, 23	15/12/2011
6290	Geçici 1 inci madde	11/4/2012
Anayasa Mahkemesi'nin 12/11/2015 tarihli ve E.: 2014/196, K.: 2015/103 sayılı Kararı	5	16/12/2015