



## Yeni Medyada Nefret Söylemi: Taraftarların 6222 sayılı Kanun İçerikli Nefret Söylemlerinin Twitter Üzerinden İncelenmesi\*

### Hate Speech in New Media: Investigation of Hate Speech Including Law Numbered 6222 Created by the Fans

Elzem Seren Dinç Kırılı,<sup>a</sup> Güven Necati Büyükbaykal<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Arş. Gör. İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul, Türkiye  
dincelzem@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-3448-7710

<sup>b</sup> Prof. Dr. İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye  
guvenb@istanbul.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-1494-2176

#### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Geçmişi:*

Başvuru tarihi: 06.05.2022

Düzeltilme tarihi: 19.06.2022

Kabul tarihi: 28.06.2022

Anahtar Kelimeler:

Taraftar,  
Nefret Söylemi,  
6222,  
Yeni Medya,  
Twitter.

#### ÖZ

Yeni medyanın etkileşimsellik, dijitallik, hipermetinsellik, kullanıcı türevli içerik gibi özellikleri, taraftarların yeni medya platformlarını kullanmalarında önemli bir etkidir. Yeni medyanın etkileşime açık ağlarında kullanıcı olan futbol taraftarları tuttukları takımlara karşı aidiyet duygusuyla hareket edip kendileri dışındaki taraftar gruplarına “öteki” damgası vurmaktadırlar. Yeni medyanın sunduğu çevrimiçi ve özgür ortam, bu 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 örnekleme” modeli benimsenmiştir. Güvenilirlik 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.

#### ARTICLE INFO

*Article history:*

Received: 06.05.2022

Received in revised form: 19.06.2022

Accepted: 28.06.2022

Keywords:

Fans,  
Hate Speech,  
6222,  
New Media,  
Twitter.

#### ABSTRACT

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 football 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

\* DOI: 10.46442/intjcss.1083483

\*\* Sorumlu yazar: Elzem Seren Dinç Kırılı, dincelzem@gmail.com

\*\*\* Bu çalışma, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Genel Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı’nda Prof. Dr. Güven Necati Büyükbaykal danışmanlığında, birinci yazar Elzem Seren Dinç Kırılı’nın yüksek lisans tezinden üretilmiştir ve **11-12 Aralık 2020**’de Hrant Dink Vakfı tarafından düzenlenen **Uluslararası Nefret Söylemi ve Ayrımcılık Konferansı**’nda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

"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.

---

### Atıf Bilgisi / Reference Information

Dinç Kırılı, E. S. ve Büyükbaykal, G. N. (2022). Yeni Medyada Nefret Söylemi: Taraftarların 6222 sayılı Kanun İçerikli Nefret Söylemlerinin Twitter Üzerinden İncelenmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 8 (1), s. 93-111.

## 1. Giriş

İnternet teknolojisinin Web 1.0'dan Web 2.0'a geçişiyle kullanıcıların herhangi bir teknik bilgiye ihtiyaç duymadan içerik oluşturmaları ve aynı zamanda bu içerikleri hızlı ve özgür bir şekilde paylaşmaları mümkün olmuştur. 2006 yılında Jack Dorsey, Evan Williams ve Biz Stone tarafından SMS (kısa mesaj) aracı olarak geliştirilen Twitter, metin ve tüketicinin bir arada olduğu, etkileşimi mümkün kılan bir sosyal medya platformudur. (Altunay, 2010: 35). Yeni medyanın sağladığı avantajların 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 üretimini yaygın hâle getirmektedir.

Nefret söylemlerinin en yaygın alanlarından biri olarak futbolun kendi dilini ve söylemini yaratması, futbolla büyüyen sosyalleşen taraftar kitlelerini de yaratmaktadır. Dolayısıyla nefret söylemleri ve taraftarlık kavramı arasında birbirini etkileyen bir ilişki söz konusudur. Yeni medyada oluşturulan etkileşime açık taraftarlar tuttukları takıma karşı aidiyet duygusu yaşamakta ve grup dışındaki taraftarlara "öteki" damgası vurmaktadırlar (Şahin, 2018: 27). Spor alanında özellikle de taraftarlar arayıcılığıyla yapılan nefret söylemlerini önlemeye yönelik yeni bir yasal düzenleme olarak Türkiye'de "6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun" yürürlüğe girmiştir. Kanun kapsamında görsel, yazılı, işitsel veya elektronik kitle iletişim araçları yoluyla işlenen tehdit veya hakaret içerikli nefret suçları da şikâyet şartı aranmaksızın kapsama alınmıştır (Boztepe, 2019). Ancak, kanuna rağmen sosyal medya ortamlarında hakaret içerikli paylaşımların cezalandırılmasına rağmen kullanıcıların geri adım atmadığı ve hatta 6222 kanun sayısını bir kod olarak kullanıp bu kod üzerinden nefret söylemleri üretmeye devam ettikleri görülmektedir. Bu çalışma, yeni medyada taraftarlar tarafından yapılan nefret söylemlerinin somut şekilde ortaya konmasında, hangi tür kategorilerle, ne sıklıkla ve hangi hedef gruplara karşı oluşturulduğunu tespit etmeyi amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında, Haziran 2019-Aralık 2019 tarihleri arasında 7 aylık bir süre boyunca taraftarların Twitter üzerinden önceden belirlenmiş olan anahtar kelimelerle ve 6222 kodunu kullanarak yaptıkları nefret söylemi içerikli paylaşımlar, nitel tablo ve grafiklerle sunulmuştur.

## 2. Yeni Medyada Nefret Söylemleri ve Taraftarlık İlişkisi

Yeni medya kavramı; dijital kodlama sistemiyle temellenmiş, eş zamanlılık özelliği ve multimedya biçimselliğine sahip, iletişim araçlarını kapsamaktadır (Van Dijk, 2004: 146). Yeni medya, bilgisayar teknolojilerinin gelişmesiyle ortaya çıkan, kitle iletişim araçlarına anında ve interaktiflik özelliği sunan, kullanıcıları zaman ve mekân sınırı olmadan farklı iletişim süreçlerini yürütmelerini sağlayan modern iletişim araç ve ortamların tümüdür (Çağlar, 2017: 40). Sosyal ağların anlık ve hızlı, gönüllülük esasına



dayalı, kimlik paylaşımını ve ifade özgürlüğünü ön planda tutan, maliyeti düşük, etkileşime ve diyaloga açık yapısı sosyal ağ platformlarından biri olan Twitter'ın da oldukça fazla sayıda üreticinin yer aldığı yeni medya ürünü olarak kabul edilmesini sağlamaktadır (Bilgili, Şener, 2013: 6). Spor etkinliklerinin, Twitter'daki en popüler konular arasında öne çıktığı da düşünüldüğünde, Twitter'ın taraftarların kendi yorumlarını paylaşmaları için bir kanal işlevi gördüğü açıktır (Highfield, 2016: 339). İnternet ortamlarının çevrimiçi olma özelliği kullanıcıların bağımsız hareket etmelerine neden olmaktadır. Yeni medya platformlarında etkileşime açık gruplarda tuttukları takımlara karşı aidiyet duygusu yaşayan taraftarlar, ötekilere karşı ırkçı düşünce, öfke ve nefretin denetimsiz şekilde yayılmasına müsaade etmektedir (Aygül, 2018: 111). 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”* (Postman, 2004: 18). 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 (Yıldız, 2018: 766). 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 (Lister vd., 2003: 13).

Nefret her insana özgü olan bir duygu olmakla birlikte bir ideolojinin içinde yer aldığıda, insanlar ve ötekiler kendilerini bu ideolojinin belirlediği bağlamda konumlandırmaya başlamaktadırlar. Dolayısıyla nefretin bir kimliğin parçası olması ile duygu olan nefretin birbirinden ayırt edilmesi gerekmektedir (Çayır, 2010: 48). Cinsiyet, etnik kimlik, ten rengi, din, kültür farkı gibi özelliklerle ayrımcılık yapılarak oluşan nefret duygusu, nefret söylemi kavramını ortaya çıkarmaktadır (Boyle, 2001: 489). Örneğin, internet gazeteciliğinde de etik sorunların başında nefret söylemi gelmektedir. Geleneksel medyada okuyucuları/izleyicilerin/dinleyicilerin etkileşimi sınırlı iken, internetin etkileşim özelliği sayesinde okuyucular, okuyucu yorumlarının yer aldığı internet gazetelerinde çok aktif şekilde etkileşim kurabilmekte, internette yayınlanan haberler hakkında kendi duygularını ve düşüncelerini özgürce ifade edebilmektedir. Ancak bu yorumlar zaman zaman haberin içeriğinden uzaklaşıp siyasi, dini, ırksal, cinsiyetçi ayrımcılık içeren nefret söylemlerine dönüşebilmektedir (Gönenç, Kılınç, 2020: 108). Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin (AKBK) 1997 yılında yayınladığı (97) 20 sayılı Tavsiye Kararı'nda nefret söylemi: *“yabancılar karşı düşmanlık, ırkçı nefret, azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenli insanlara yönelik saldırgan ulusalcılık ve hoşgörüsüzlüğe dayalı etnik merkezilik, ayrımcılık ve düşmanlık şeklindeki nefret şekillerini yayan, kışkırtan, teşvik eden veya meşrulaştıran her türlü ifade biçimi”* şeklinde tanımlanmaktadır (Weber, 2011). Tarloch McGonagle, nefret söyleminin, nefretten yola çıkarak başlayan ve suistimale, hakaret ve önyargıya dayanan sıfat ve kelimelerle oluşturulan söylemler olduğunu ifade etmiştir (McGonagle, 2001: 23). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM) ise nefret söyleminin demokratik toplumlarda hoşgörüsüzlüğü yayan ve savunan her türlü ifadeyi kapsadığını belirtmiştir (Karan, 2012: 84).

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. Vakıf 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: Abartma-Yükleme-Çarpıtma, Küfür-Hakaret-Aşağılama, Düşmanlık-Savaş Söylemi ve Simgeleştirme (Doğal Kimlik Ögesini Aşağılama) şeklindedir (Hrant Dink Vakfı, 2019: 9-12). Nefret söylemleri literatürde ise grupların karakteristik özelliklerine göre ise siyasal, homofobik, etnik kökene dayalı ve ırkçı, cinsiyetçi, inanç ve mezhep temelli, engellilere ve çeşitli hastalıklara yönelik olarak sınıflandırılmaktadır (Alğan, Şensever, 2010: 23).

Nefret söylemlerinin en yaygın alanlarından biri olan futbol, toplumsal yaşamda egemen ideolojilerin üretilmesinde ve toplumsal onayın sağlanmasında önemli bir araçtır. Futbolun dil ve söylemi, toplumsal yaşamda “biz ve onlar” ayrımı yaratıp uluslararası müsabakalarda milliyetçi tutumları ön plana çıkarmaktadır (Talimciler, 2012: 248-249). 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. 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 (Acet, 2006: 31). Yenilgi döneminde taraftarlar; kolektif şekilde hareket ederek sporculara, hakemlere ve kulüp yönetimine karşı saldırı, küfür, protesto gibi tutumlar sergilemekte veya ırkçı davranışlarda bulunabilmektedirler (Aydın vd., 2008: 302). 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 (Aygül, 2010: 96). 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 (Bora, 2001: 559). 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 (Akın, 2010: 209-210).

Sporun fiziksel bir faaliyet alanı olmaktan uzaklaşıp kültürlerarası iletişimi artıran evrensel bir faaliyet alanına dönüşmesiyle birlikte spor alanının Türkiye’de ve dünyada şiddet olaylarıyla da anılması söz konusu olmuştur. 2011 yılında Türkiye’de *6222 Sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun* yürürlüğe konulmuştur. Müsabaka ortamlarında şiddet ve düzensizliği önlemeye yönelik olan kanuna göre, şiddete teşvik edici açıklamaların sürekli olarak paylaşılması haber verme hakkının aşılması olarak ifade edilmektedir (Karan, 2013: 113-114). Kanunla birlikte fanatizmle de etkili şekilde mücadele etmek amacıyla 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 (Boztepe, 2019). Gerek ülkemizde gerek diğer ülkelerde futbolda şiddetin boyutları giderek artmaktadır. Bunu önlemek için bireylere olduğu kadar medyaya da büyük sorumluluklar düşmektedir. (Gönenç, 2006: 32). Ancak buna rağmen nefret söylemleri yeni medya ortamlarında üretilmeye devam etmektedir.

### 3. Araştırmanın Örnekleme, Yöntemi ve Sınırlılıkları

Araştırma kapsamında araştırmanın evreni, Haziran 2019-Aralık 2019 tarihleri arasında toplam 7 aylık bir süre boyunca taraftarların Twitter’da önceden belirlenmiş anahtar kelimelerle ve 6222 kodu kullanarak paylaşım yaptıkları nefret söylemi içerikli gönderilerle sınırlandırılmıştır. Çalışmada, nefret söylemi içerikli paylaşımlar, Twitter’ın “Gelişmiş Arama” özelliği kullanılarak tespit edilmiş ve bu paylaşımlar içerik çözümlemesine tabi tutulmuştur. 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 (Krippendorff, 2004: 18). İçerik analizi; metin içinde geçen niteliklerin ne kadar sıklıkta tekrar edildiğini, hangi tutumla verildiğini ve içeriklerin biçimsel özelliklerini saptamaya yardımcı olduğundan (Geray, 2011: 136) Twitter analizi için çok boyutlu ve yöntem bilimsel bir model sağlamaktadır (Einspanner, 2016: 166).



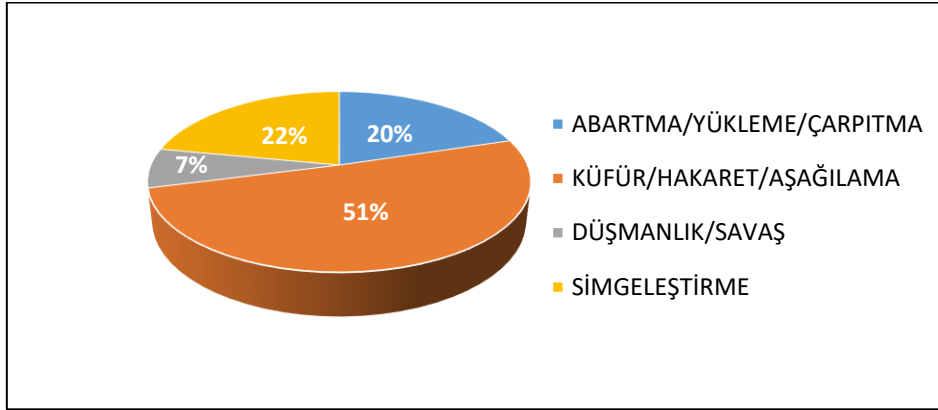
Çalışmada örneklemin belirlenmesinde anahtar kelimeler kullanılmıştır. Anahtar kelime; kullanıcı paylaşımlarının başlık veya etiket kısmında geçen sözcüklerle eşlenerek arama yapılmasını sağlayan bir uygulamadır. Seçilen anahtar kelimeler, Uluslararası Hrant Dink Vakfı tarafından 2009 yılından beri ayrımcı dil ve nefret söylemlerine dikkat çekmek amacıyla Türkiye’de ulusal yayın yapan gazetelerin incelendiği “*Medyada Nefret Söyleminin İzlenmesi*” projesinde kullanılan cinsel kimlik-cinsel yönelim, etnik-ulusal kimlik ve dini kimlik ifadesi içeren kişi veya gruplara yönelik anahtar kelimeler referans alınarak belirlenmiştir (<https://hrantdink.org/attachments/article/256/Anahtar%20kelimeler.pdf>). Ayrıca literatürde grupların karakteristik özelliklerine göre sınıflandırılmış kategorilerden “hastalık, engellilik durumu ya da fiziksel özellik” kategorisi de eklenmiştir. Anahtar kelimeler, taraftarların nefret söylemi paylaşımlarında kullanılabileceği tahmin edilen kelimeler eklenerek çoğaltılmıştır. 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.

Analize dâhil edilen tüm paylaşımlar, Uluslararası Hrant Dink Vakfı tarafından uluslararası çalışmalardan yararlanılarak ve Türkiye’ye özgü dil ve kültür farklılıklarının dikkate alınarak belirlendiği Abartma/Yüklem/Çarpıtma, Düşmanlık/Savaş, Küfür/Hakaret/Aşağılama ve Simgeleştirme olmak üzere dört genel kategoride değerlendirilmiştir. Paylaşımlarda birden fazla kategori tespit edildiği durumda, ayırıştırma yapabilmek için baskın olan kategori seçilmiştir. İçerik analizinde özellikle de kategorilerin açık ve net olması, farklı içeriklerin farklı kategorilerde yer alması değişkenler arasında karşılaştırma yapabilmek için önemli olmaktadır. Geçerliliğin sağlanması için de kayıtlanan veri üzerinde yapılacak analizin kodlama cetveliyle önceden belirlenmesi gerekmektedir (Çebi, 2003: 85). Araştırmada güvenilirlik ve geçerliliği sağlamak, nitel tablo ve grafikler elde edebilmek için tüm paylaşımlar kategorilere uygun şekilde kodlama cetvellerine kodlanmıştır. Çalışmanın amacına uygun olarak seçilen gönderiler ise geriye dönük olarak incelenip kayıt altına alınmıştır.

#### **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. 1942 gönderi ise Haziran ve Aralık aylarını kapsayan 7 aylık zaman diliminde yalnızca 6222 kodu kullanılarak paylaşılan gönderilerden oluşmaktadır.

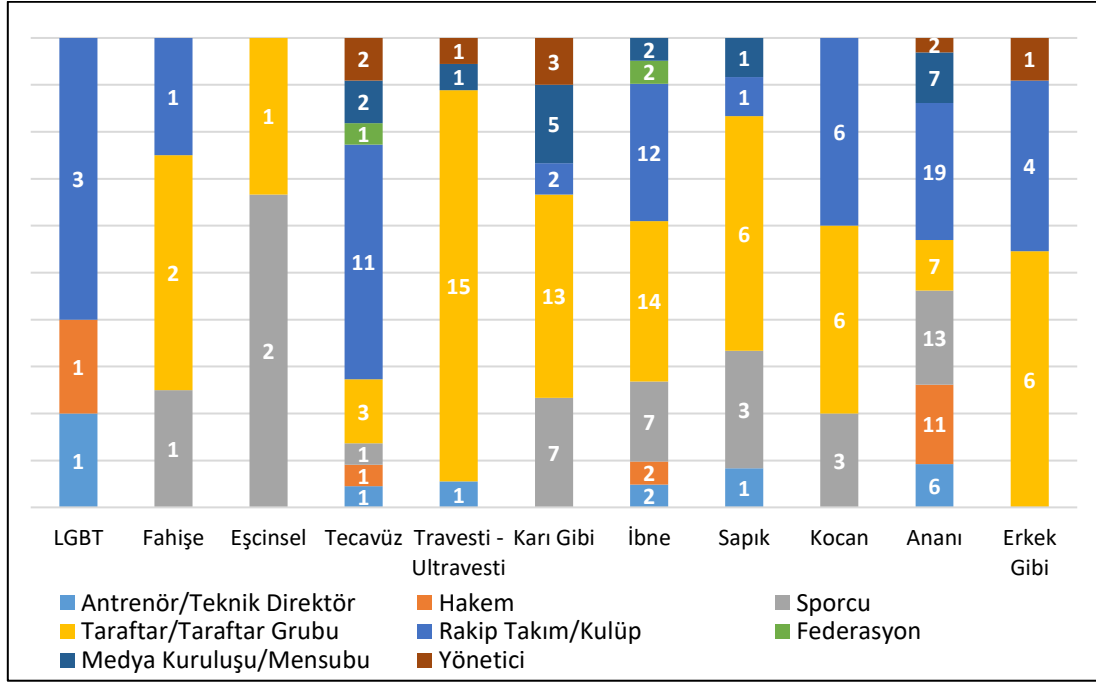
#### **Anahtar Kelimeler Kullanılarak Yapılan Nefret Söylemi Paylaşımları**

**Şekil 1.** Anahtar Kelimeler Kullanılarak Yapılan Paylaşımların Nefret Söylemi Kategorilerine Göre Dağılımı

Şekil 1'e bakıldığında; %51 oranıyla en fazla paylaşım Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisine aittir. Grafikteki diğer pay ise %22 ile Simgeleştirme kategorisine aittir. Özellikle de cinsel yönelim ve kimlik ve etnik-ulusal kimlik temelli anahtar kelimelerle yapılan paylaşımlar için doğal kimlik ögesinin nefret, aşağılama unsuru olarak kullanılma sayısı çok fazladır. Abartma/Yükleme/Çarpıtma kategorisine ait nefret söylemi paylaşımların oranı %20 iken, Düşmanlık/Savaş kategorisine ait paylaşımlar ise %7 ile grafikteki en küçük payı oluşturmaktadır. Etnik-ulusal kimlik, hastalık-fiziksel özellik ve dini kimlik ifadesi içeren anahtar kelimeler kullanılarak yapılan paylaşımların bir durumu başka bir olaya bağlayarak, var olan durumu çarpıtarak ya da abartarak sunulması söz konusudur.

### Cinsel Kimlik ve Yönelim Temelli Nefret Söylemleri

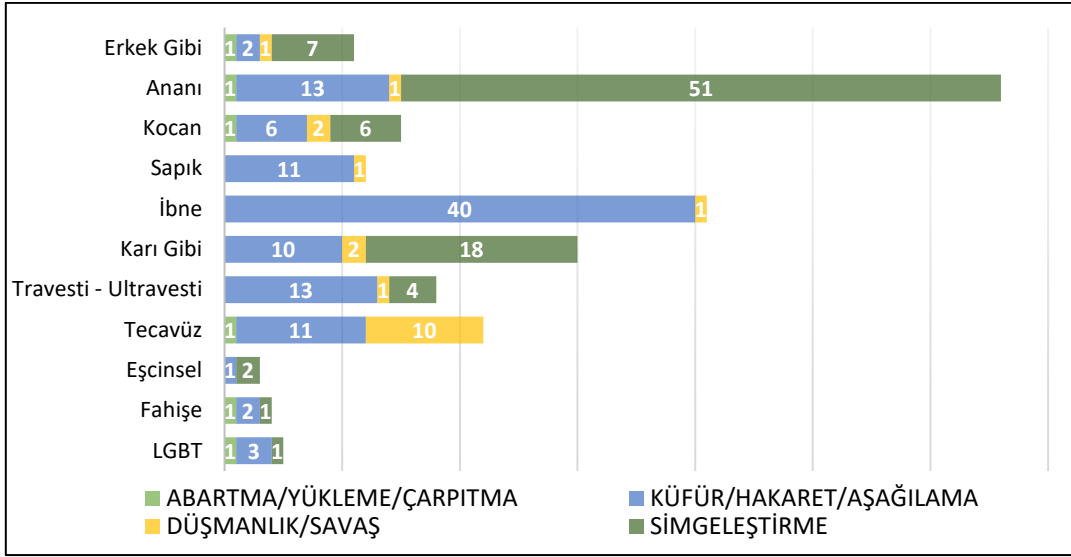
Çalışmada belirlenen tarihler arasında cinsel kimlik ve yönelim temelli anahtar kelimeleri içeren **227** paylaşıma ulaşılmıştır. Grafiğe bakıldığında en fazla paylaşımın toplam *anani* anahtar kelimesiyle (66 paylaşım) yapıldığı görülmektedir. Ondan sonra ise sırasıyla *ibne*, *karı gibi* ve *tecavüz* kelimeleri kullanılarak yapılan paylaşımlar yer almaktadır. Paylaşımların hedef gruplara göre dağılımına bakıldığında ise, en fazla nefret söyleminin taraftar/taraftar grubuna ve rakip takım/kulüplere yönelik olduğu görülmektedir. Bunlardan sonra ise hedef gruplara yönelik nefret söylemi paylaşımları sırasıyla sporculara, medya kuruluşlarına ya da mensuplarına, hakemlere ve antrenörlere yöneliktir.

**Şekil 2.** Cinsel Kimlik ve Yönelim: Hedef Gruplara Göre Dağılım

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. 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. Doğrudan hedef olan bu gruplar için anahtar kelimeler dikkate alınarak da bir değerlendirme yapılmalıdır. Şekilde de 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.** Cinsel Kimlik ve Yönelim: Nefret Söylemi Kategorilerine Göre Dağılım

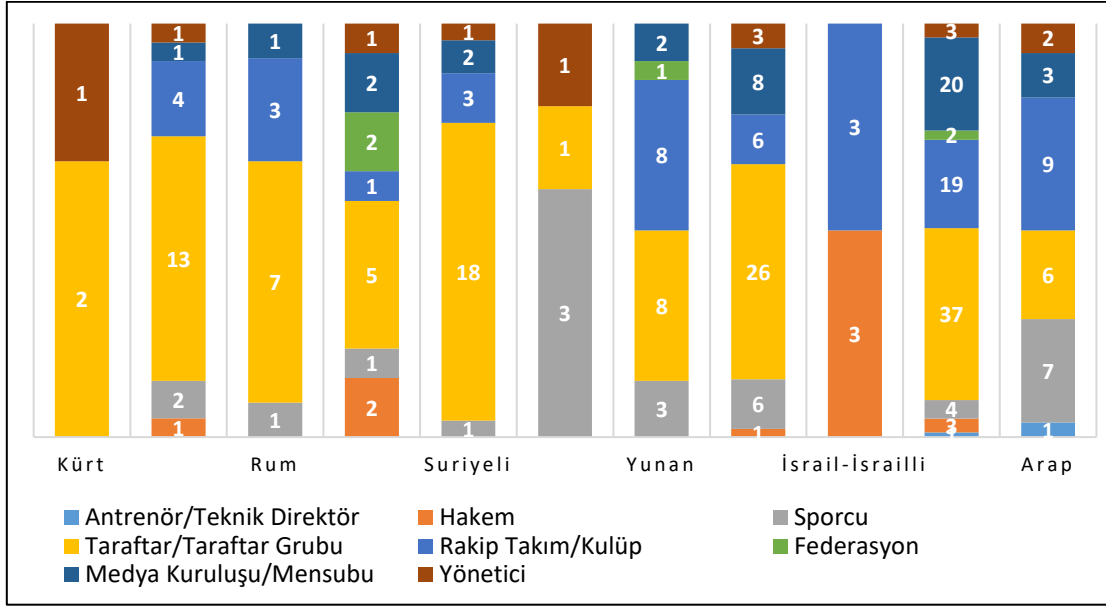
Cinsel kimlik ve yönelim temelli anahtar kelimelerle yapılan nefret söylemi paylaşımlarının grafiğine bakıldığında, Küfür/Hakaret/Aşağılama ve Simgeleştirme kategorilerinde paylaşımın daha çok yapıldığı görülmektedir. Tüm kategorilerde de kullanılan anahtar kelimeler; *Erkek Gibi*, *Ananı* ve *Kocan* 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. Simgeleştirme kategorisindeki paylaşımların ise en çok *Ananı*, *Karı Gibi*, *Erkek Gibi* ve *Kocan* kelimeleriyle yapıldığı görülmektedir. Bu söylemlerle doğal bir kimlik ögesi olan “kadın cinsiyeti” hakaret ve küfür yoluyla aşağılanmaktadır. Grafiğe bakıldığında, *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. Ayrıca sayı olarak daha az olsa da LGBTİ bireylere yönelik de nefret söylemleri üretildiği görülmektedir.

### Etnik-Ulusal Kimlik Temelli Nefret Söylemleri

Çalışmada belirlenen tarihler arasında etnik-ulusal kimlik temelli anahtar kelimeleri içeren 275 paylaşıma ulaşılmıştır. Grafiğe bakıldığında en fazla nefret söyleminin 89 paylaşım ile *Fetöcü* ve 50 paylaşım ile de *Vatan haini* kelimeleri kullanılarak yapıldığı görülmektedir. Bunlar dışında *Arap*, *Suriyeli* ve *Ermeni* anahtar kelimelerinin de kullanılarak nefret söylemleri paylaşımı yapılmıştır.

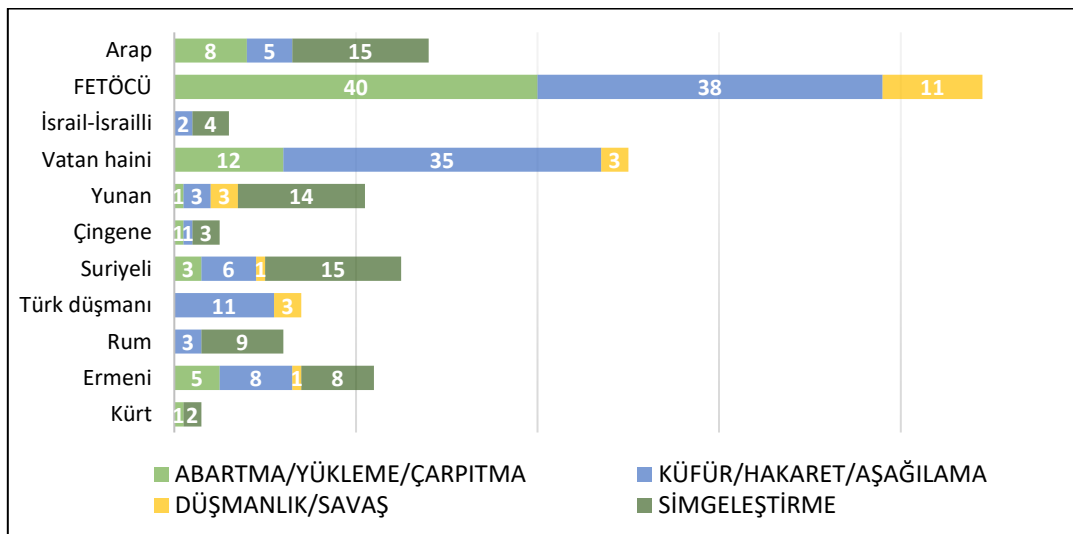


**Şekil 4.** Etnik-Ulusal Kimlik: Hedef Gruplarına Göre Dağılım



Anahtar kelimelerin hangi hedef gruplar için kullanıldığına 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-İsrailli* 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 yapılması söz konusudur. Taraftarlar ve taraftar gruplarından sonra en çok rakip takım/kulüpler ve medya kuruluşları/mensupları hedef alınmaktadır.

**Şekil 5.** Etnik-Ulusal Kimlik: Nefret Söylemi Kategorilerine Göre Dağılım

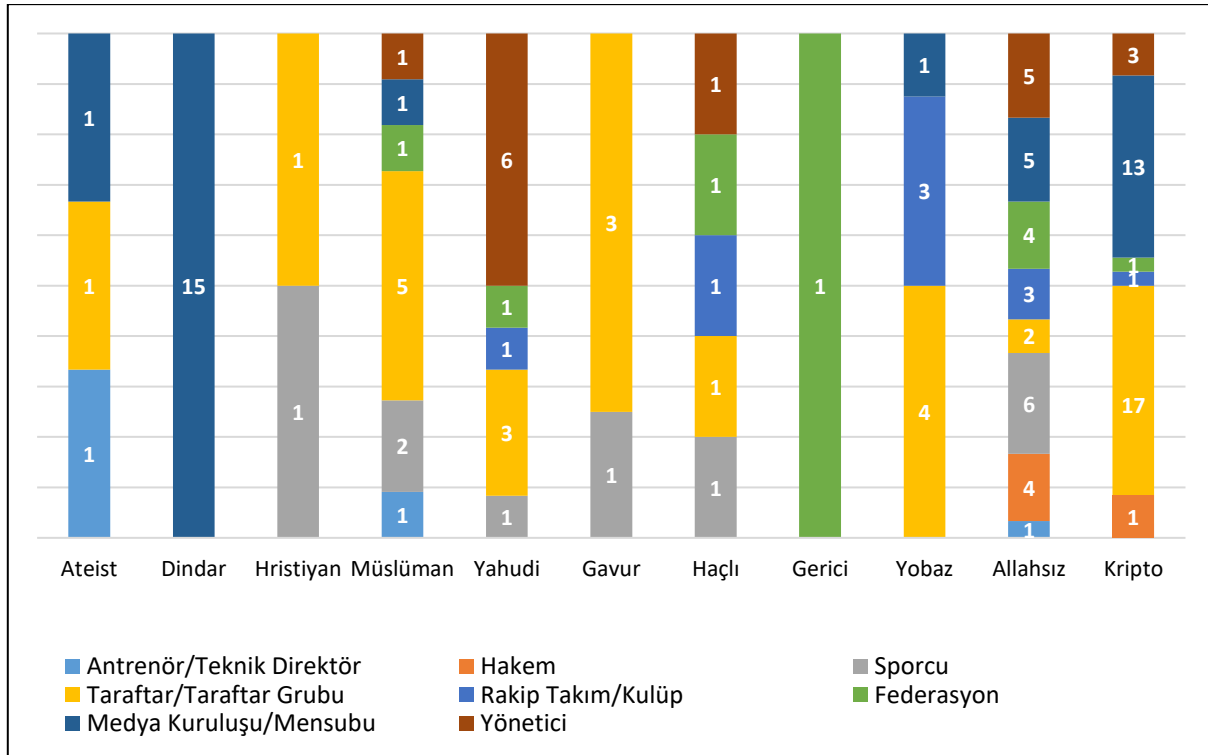


Grafik incelendiğinde Küfür/Hakaret/Aşağılama, Abartma/Yükleme/Çarpıtma, Simgeleştirme kategorilerinde paylaşımın daha çok yapıldığı görülmektedir. Tüm kategorilerde de paylaşım yapmak için kullanılan anahtar kelimeler; *Yunan*, *Suriyeli* ve *Ermeni* kelimeleri olmuştur. Simgeleştirme kategorisindeki paylaşımlarda *Suriyeli* ve *Arap* kelimeleri kullanılarak yapılan paylaşım sayısı eşittir. Daha sonra ise en fazla *Yunan* ve *Ermeni* kelimeleriyle paylaşım yapılmıştır. Suriyeliler, Araplar, Yunanlılar ve Ermeni etnik kökenine ait bireyler yeni medya platformlarında aşağılayıcı ve hakaret dolu nefret söylemlerine en fazla maruz kalan topluluklardandır. Bu durumun spor alanında yapılan paylaşımlarda da değişmediği görülmektedir. Küfür/Hakaret/Aşağılama ve Abartma/Yükleme/Çarpıtma kategorisine bakıldığında aynı şekilde en fazla paylaşımın *Fetöcü* ve *Vatan haini* kelimeleri kullanılarak yapıldığı görülmektedir. Paylaşımlarda rakip takımlar, medya kuruluşları ve mensupları, taraftarlar ve taraftar grupları, sporcular ve yöneticiler FETÖ örgütüne hizmet etmekle suçlandığı için paylaşımlarda çarpıtma ve yükleme ifadeleri kullanılmaktadır. *Rum*, *Çingene*, *Kürt* kelimeleri kullanılarak yapılan paylaşımlar diğer paylaşımlara oranla daha az olsa da bu kimlikler üzerinden de nefret söylemleri üretilmektedir.

### Dini Kimlik Temelli Nefret Söylemleri

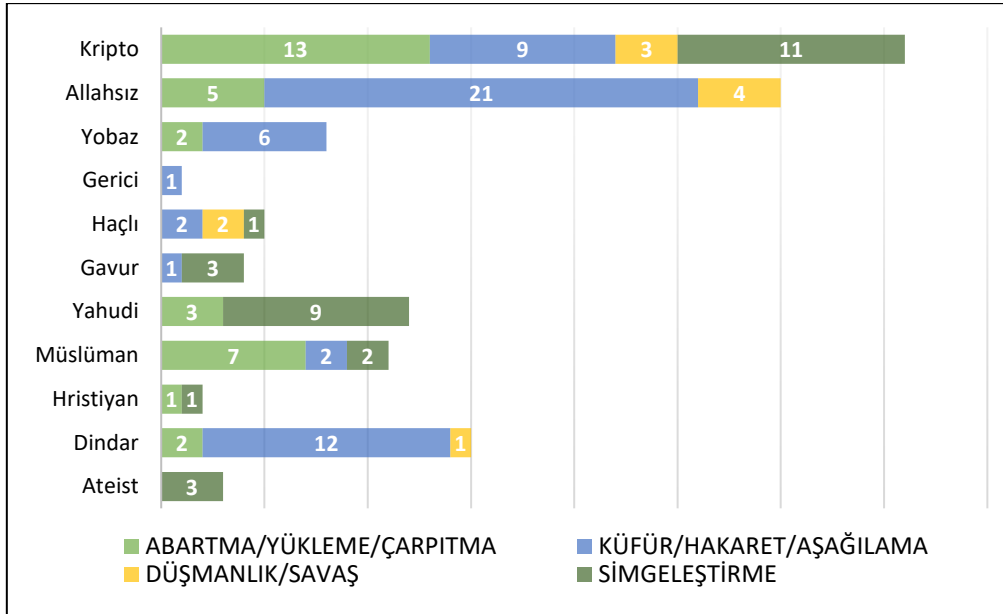
Çalışmada belirlenen tarihler arasında dini kimlik temelli anahtar kelimeleri içeren 127 paylaşıma ulaşılmıştır. Şekil 6'da görüldüğü gibi en fazla nefret söyleminin yapıldığı hedef grup, 37 paylaşım ile taraftar/taraftar grubu ve 36 paylaşım ile medya kuruluşları/mensuplarıdır. Taraftar/taraftar grubu için en fazla paylaşım *Kripto* kelimesi kullanılarak yapılmıştır. Taraftar ve taraftar grupları bu kelimeyi kullanarak 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.

Şekil 6. Dini Kimlik: Hedef Gruplara Göre Dağılım



Tüm anahtar kelimelerin hangi hedef gruplar için kullanıldığında bakıldığında; *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, *Gerici* 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. *Allahsız* kelimesinin tüm hedef gruplar için kullanıldığı görülmektedir. Genel olarak dini kimlik temelli nefret söylemleri için en çok paylaşım; *Müslüman*, *Yahudi*, *Haçlı*, *Allahsız* ve *Kripto* kelimeleri kullanılarak yapılmıştır.

Şekil 7. Dini Kimlik: Nefret Söylemi Kategorilerine Göre Dağılım

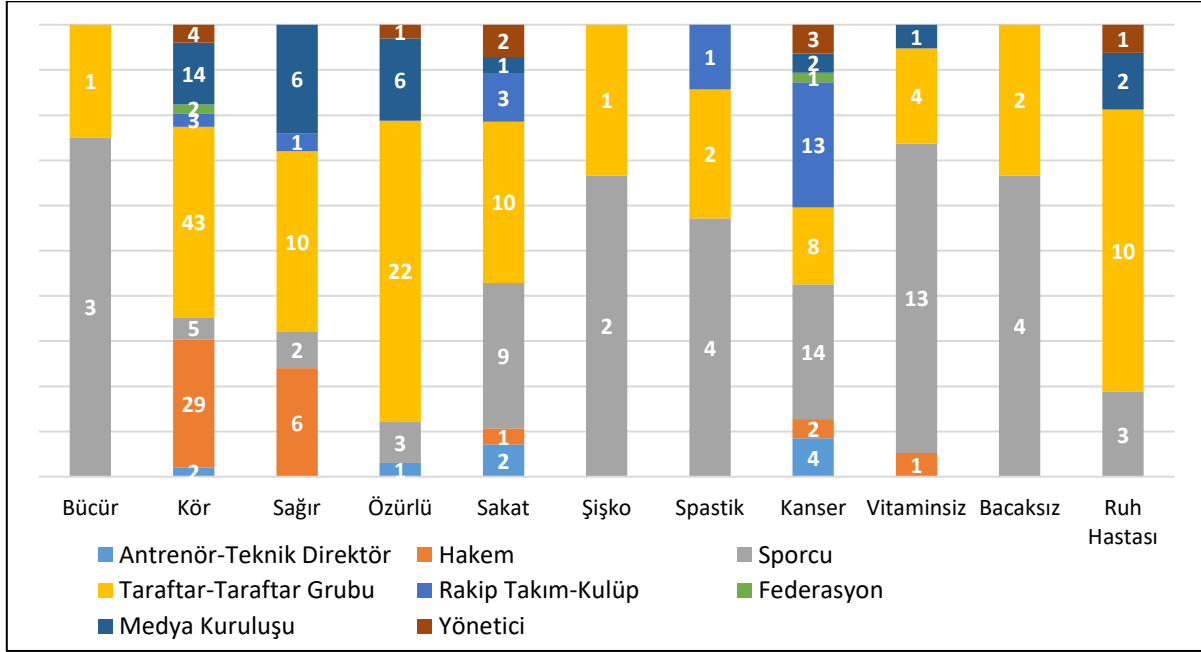


Bu grafiğe bakıldığında, en fazla Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisinde paylaşım yapıldığı görülmektedir. Daha sonra sırasıyla Abartma/Yüklem/Çarpıtma ve Simgeleştirme kategorilerinde paylaşım yapılmıştır. Düşmanlık/Savaş söylemi kategorisinde, diğer kategorilere göre daha az paylaşım yapılmıştır. *Kripto* kelimesi kullanılarak tüm kategorilerde de paylaşım yapılmıştır. Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisinde en fazla paylaşım *Allahsız* kelimesi kullanılarak yapılmıştır. Onu takip eden kelimeler sırasıyla *Dindar*, *Kripto* ve *Yobaz* şeklindedir. Abartma/Yüklem/Çarpıtma ve Simgeleştirme kategorilerinde de en fazla paylaşım *Kripto* kelimesiyle yapılmıştır. *Kripto* kelimesi hedef gruplara hem küfretmek, doğal bir kimlik ögesi olarak aşağılamak, olayları saptırmak ve abartarak hedef gruplara yüklemek ve düşmanlık belirten söylemler şeklinde kullanılmıştır. 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. Düşmanlık/Savaş kategorisinde de *Allahsız*, *Kripto*, *Haçlı* ve *Dindar* kelimeleri kullanılarak hedef gruplara yönelik düşmanca paylaşımlarda bulunulmuştur.

## Hastalık-Fiziksel Özellik Temelli Nefret Söylemleri

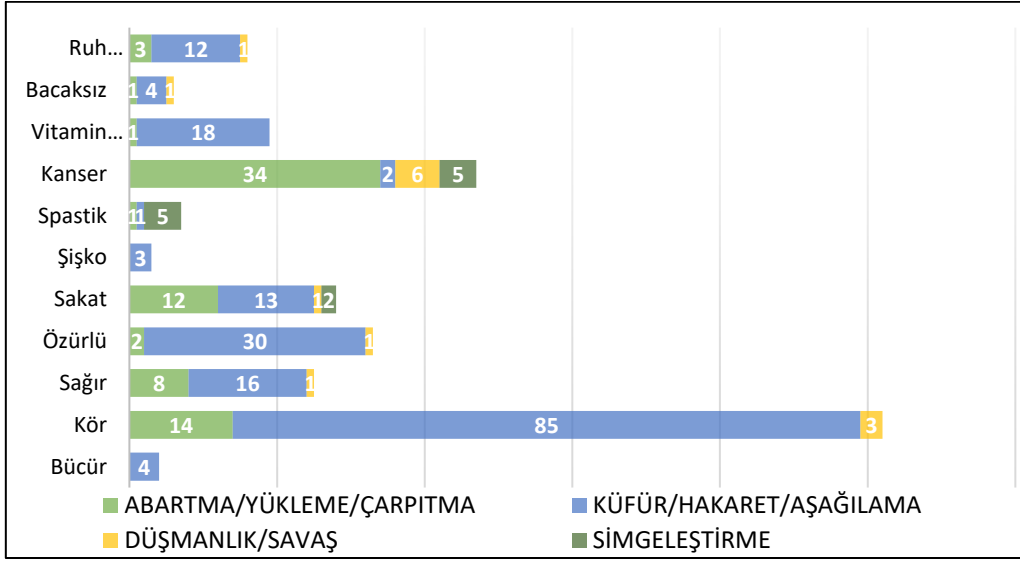
Çalışmada belirlenen tarihler arasında hastalık-fiziksel özellik temelli anahtar kelimeleri içeren 290 paylaşıma ulaşılmıştır. Grafikten anlaşılacağı üzere en fazla paylaşım *Kör* kelimesi (102 paylaşım) ile yapılmıştır.

Şekil 8. Hastalık-Fiziksel Özellik Temelli Nefret Söylemleri



Anahtar kelimelerin hangi hedef gruplar için kullanıldığına 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.

Tüm hedef gruplar için yapılan paylaşımlarda 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 söz konusuken bu söylemler görme engelliler için de bir nefret unsuru oluşturmaktadır. Benzer şekilde *Kanser* kelimesiyle de hedef gruplara yönelik hakaret içerikli paylaşımlar yapılırken, kanser hastaları için de nefret unsuru olan paylaşımlar yapılmaktadır. Grafikte, taraftar/taraftar grubu ve sporcuların tüm hastalık-fiziksel özellik temelli anahtar kelimelerin kullanıldığı paylaşımlarda hedef grup olmaları dikkat çekmektedir. 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.

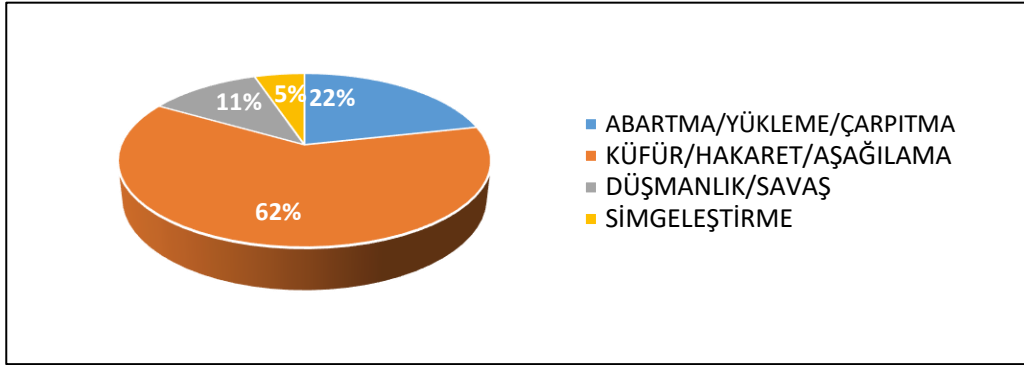
**Şekil 9.** Hastalık-Fiziksel Özellik: Nefret Söylemi Kategorilerine Göre Dağılım

Şekil 9’da görüldüğü gibi bu hastalık-fiziksel özellik temelli nefret söylemleri için en fazla Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisinde paylaşım yapılmıştır. Ayrıca 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 olmaktadır. Küfür/Hakaret/Aşağılama içeren paylaşım en fazla *Kör* kelimesi kullanılarak yapılmıştır. Ondan sonra gelen diğer hakaret ve aşağılama söylemleri için *Özürlü*, *Vitaminsiz*, *Sağır*, *Sakat*, *Ruh hastası*, *Bücür*, *Bacaksız*, *Şişko*, *Kanser* ve *Spastik* kelimeleri kullanılmıştır. Bu söylemlerle hedef gruplara fiziksel özellikleri üzerinden hakaret edilirken aynı zamanda görme, işitme ya da bedensel engelli bireyler de aşağılanmakta ve ötekileştirilmektedir. Bu kategoriden sonra en fazla paylaşım Abartma/Yükleme/Çarpıtma kategorisinde yapılmıştır.

Bu kategoride de *Şişko* ve *Bücür* dışında tüm anahtar kelimeler kullanılmıştır. Abartma/Yükleme/Çarpıtma kategorisinde en fazla kullanılan kelime ise *Kanser* kelimesi olmuştur. Özellikle de sporcuların, rakip takımların ve kulüplerin spor izleyicilerini kanser ettiğine dair paylaşımlar yapılarak yüklem ve çarpıtma kategorisine uygun içerikler paylaşılmıştır. Hedef gruplardan hakemler için kullanılan *Kör* kelimesiyle de hakemlerin “kör” olmaları sebebiyle işlerini yapamadıklarını belirten çarpıtma paylaşımları yapılmıştır. Grafığe 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.

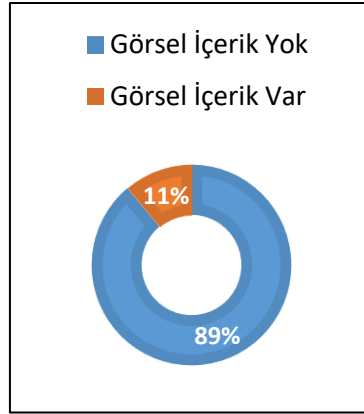
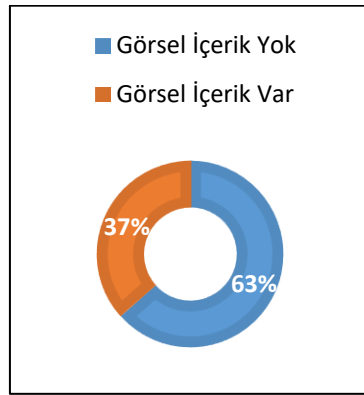
### 6222 Kodu Kullanılarak Yapılan Nefret Söylemi Paylaşımları

Haziran 2019-Aralık 2019 tarihleri arasında, 7 aylık bir süreçte 6222 kodu kullanılarak 1942 Twitter paylaşımı yapılmıştır. Bu paylaşımlar aşağıdaki grafikte yer almaktadır:

**Şekil 10.** 6222 Kodu Kullanılarak Yapılan Paylaşımların Nefret Söylemi Kategorilerine Göre Dağılımı

Şekil 10'da Haziran ve Aralık aylarını kapsayan 7 aylık süreçte 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. Yapılan paylaşımlarda antrenörler, sporcular, federasyonlar, taraftarlar, rakip takımlar, medya kuruluşları ve mensupları hedef grup olarak aşağılanmaktadır. 6222 sayılı kanun, Türkiye'de sporda şiddet ve düzensizliği önlemek amacıyla yürürlüğe giren bir kanundur. Kanunun aynı zamanda yeni medya ortamlarını denetleyen maddeleri de bulunmaktadır. Sosyal medya platformlarında hakaret ve küfür içerikli paylaşımlar yapan kullanıcılara para cezası dahil olmak üzere adli işlemler yapılmaktadır.

Kanunun yürürlüğe girmesiyle birlikte taraftarlar tarafından yapılan küfür ve hakaret içerikli paylaşımlar azalmaya başlasa da yeni medya ortamlarında nefret söylemi içerikli paylaşımların tamamen sona ermesi mümkün olmamaktadır. Kullanıcılar yaratıcı yollar keşfederek bu söylemleri yeniden üretmeye devam etmektedirler. Bu yollardan birisi de taraftarların yaptıkları paylaşımları ceza almamak için küfür, hakaret, düşmanlık ifadesi kullanmak yerine "6222" kanun sayısını bir kod olarak kullanmalarındadır. 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. 6222 kodu kullanılarak paylaşım yapılan en yüksek paya sahip diğer 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 yüklemeye ve mevcut durumu abartmaya yönelik paylaşımlar yapılmaktadır. 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" şeklindedir. Buna ek olarak, anahtar kelimeler kullanılarak Simgeleştirme kategorisinde yapılan paylaşımlar, Düşmanlık/Savaş söylemleri kategorisindeki paylaşımlardan daha fazla iken; 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 11.** Anahtar Kelimeler Kullanılarak Yapılan Paylaşımların İçerik Türüne Göre Dağılımı**Şekil 12.** 6222 Kodu Kullanılarak Yapılan Paylaşımların İçerik Türüne Göre Dağılımı

Twitter, kullanıcıların 280 karakter sınırlamasıyla oluşturdukları metinler dışında görsel içerikleri kullanarak da paylaşım yapabildiği bir platformdur. Fotoğraf, video ya da gif şeklindeki bu içerikler bir nefret söylemi ögesi olarak kullanılmaktadır. Şekillere bakıldığında hem anahtar kelimeler hem de 6222 kodu kullanılarak yapılan nefret söylemi paylaşımlarında görsel içeriğin %11 ve %37 oranlarıyla, görsel içerik kullanılmadan yapılan paylaşımlardan daha az olduğu görülmektedir. Anahtar kelimelerin kullanıldığı paylaşımlarda görsel içerik kullanılarak yapılan paylaşımlar %11’lik bir paya sahip iken, 6222 koduyla yapılan paylaşımlarda görsel içerik kullanılarak yapılan paylaşım sayısı %37 oranındadır. Bunun sebebinin anahtar kelime ile tarama yapılırken belli kelimeleri içeren ve dolayısıyla sınırlı sayıda paylaşımın analize dahil edilmesinden kaynaklı olduğu düşünülmektedir.

## 5. Sonuç, Değerlendirme ve Öneriler

İnternet ve yeni medya ortamlarının kullanıcılara sağladığı özgür ortam, ırkçı düşünce, öfke ve nefretin geleneksel medyaya oranla denetimsiz şekilde yayılmasına neden olmaktadır. Nefret söylemlerinin en yaygın şekilde görüldüğü futbolun yarattığı dil ve söylem, futbol ile sosyalleşen taraftar kitlelerini yaratmaktadır. Yeni medya ortamlarında taraftarlar tuttukları takımlara karşı aidiyet duygusu yaşamakta ve grup dışındaki diğer taraftarlara “öteki” damgası vurmaktadırlar. Çalışmada analiz sonucunda toplamda 2861 gönderiye ulaşılmıştır. Bu gönderilerden 919 tanesi içerisinde hem 6222 kodu hem de belirlenen anahtar kelimeler kullanılarak elde edilen paylaşımlardır. 1942 paylaşım yalnızca 6222 kodu kullanılarak yapılan nefret söylemi paylaşımlarından 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 söylemler üretmeleri futbolun kendi dilini cinsiyetçi ve eril bir dil üzerinden oluşturmasıyla ilişkili olduğu düşünülmektedir.

Bulgularda görüldüğü gibi, hastalık-fiziksel özellik temelli anahtar kelimeleri içeren 290 paylaşıma ulaşılmıştır. Paylaşımlar içerisinde en fazla sayıya ait Küfür/Hakaret/Aşağılama söylemleri sırasıyla en fazla *Kör*, sonrasında da *Özürlü*, *Vitaminsiz*, *Sağır*, *Sakat*, *Ruh hastası*, *Büçür*, *Bacaksız*, *Spastik* kelimeleri kullanılarak yapılmıştır. Dolayısıyla dış görünüş özelliği, genetik durumlar ve hastalıklar hedef gruplar için küfür, aşağılama ve hakaret ögesi olmaktadır. *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 karşılaşılarda pozisyonları, sporcuların hareketlerini vs. görmemesinden ya da taraflı olarak değerlendirme yapmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Etnik-ulusal kimlik temelli anahtar kelimeleri içeren 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. Ayrıca bu kategoride *Arap* kelimesiyle de çok fazla paylaşım yapıldığı görülmektedir. Suriyeliler, Araplar, Yunanlılar ve Ermeniler sosyal medya ağlarında aşağılayıcı ve hakaret dolu nefret söylemlerine en fazla maruz kalan topluluklardandır. Dolayısıyla taraftarların yaptıkları paylaşımlarda da bu durumun değişmediği görülmektedir. Bu kimlik gruplarına yönelik söylemler spor alanında da devam ettirilmektedir. Bunun temel sebebinin futbolun dilinin toplumsal yaşamda “biz ve onlar” ayrımı yaratıp uluslararası müsabakalarda milliyetçi tutumları ön plana çıkarmasından kaynaklı olduğuna inanılmaktadır. Cinsel kimlik ve yönelim temelli anahtar kelimeleri içeren 227 paylaşıma ulaşılmıştır. Bu paylaşımlar 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; *ananı*, *ibne*, *karı gibi* ve *tecavüz* 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. Doğal bir kimlik ögesi olarak “kadınlığın” aşağılandığı *Karı gibi* kelimesiyle yapılan paylaşımlar toplamda 30, *Erkek gibi* kelimesiyle ise toplamda 11 nefret söylemi yapılmıştır. Bu bulgulardan yola çıkarak, futbolun ve taraftarların oluşturduğu eril dilde kadını ve kadın bedenini aşağılama söz konusuysen erkek cinsiyetinin yüceltildiği görülmektedir. Dolayısıyla cinsel kimlik ve yönelim temelli nefret söylemlerinin daha çok kadın cinsiyetini aşağılayan bir yapısı olduğunu sonucuna ulaşılmıştır. Dini kimlik temelli anahtar kelimeleri içeren toplamda 127 paylaşıma ulaşılmıştır. Bu paylaşımlar en fazla paylaşım Küfür/Hakaret/Aşağılama kategorisinde yapılmıştır. Bulgular, Yahudilerin, Ateistlerin ve Müslümanların da Abartma/Yükleme/Çarpıtma ve Simgeleştirme kategorilerinde nefret söylemlerine maruz kaldıklarını göstermektedir. Ayrıca en fazla nefret söyleminin yapıldığı hedef grubun 37 paylaşımıyla taraftar/taraftar grupları ve 36 paylaşımıyla medya kuruluşları/mensupları olduğu görülmektedir. Medyanın “biz” kimliğini güçlendirici yayınlar yapması nefret söylemlerinin taraftar kitlelerle buluşmasına ve şiddetin alt yapısının hazırlanmasında rol oynamaktadır. Dolayısıyla burada taraftarlar tarafından medyaya karşı yapılan nefret söylemlerinin oluşmasında medyanın kullandığı kışkırtıcı dille yaptığı yayın ve paylaşımların etkili olduğu sonucunu çıkarmak mümkündür. Son olarak ise, incelenen 2861 gönderi içerisinde anahtar kelimeler ve 6222 kodu kullanılarak yapılan paylaşım sayısı 1942 olmuştur. 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.





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. Türkiye’de yürürlüğe giren 6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun, basın ve yayın yolunu kullanarak şiddeti teşvik edecek şekilde açıklamada bulunan, hakaret veya küfür içerikli paylaşımlar yapan kişilere para cezası gibi yaptırımlar içeren maddelerine rağmen, özellikle de yeni medya ortamlarında nefret söylemi içerikli paylaşımların yapılmasında yetersiz kalmıştır. Taraftarların adli yaptırımlara maruz kalmamak için kanun sayısını (6222) bir kod olarak kullanıp hakaret ve küfür içerikli paylaşımlar yapmaya devam etmeleri bunun kanıtıdır. Kanunlar, spor alanında nefret söylemlerini önlemek için iyi bir başlangıç olarak kabul edilse de yetersiz kalmakta ve nefret söylemleri taraftar kültürü tarafından farklı yöntemlerle yeniden yaygınlaşmaktadır. Bu konuyla ilgili olarak, tüm spor kulüplerinin, federasyonların, sporcuların, medyanın ve spor camiasının var gücüyle çözüm üretmesi gerekmektedir. Türkiye’de ve dünyada siber suç konusu daha görünür kılınmalı, ifade özgürlüğü ve nefret söylemi arasındaki ikilem açığa kavuşturulmalıdır. Akademik de sivil toplum kuruluşlarıyla bir araya gelerek farkındalığı artırmak için ulusal ve uluslararası düzeyde yayınlar yapması ve faaliyetler sürdürmesi spor alanındaki nefret söylemlerinin görünür kılınması için 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 için teşvik edici olmalı, bu konuda akademi ve sivil toplum kuruluşları birlikte 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 mutlaka bilgi sahibi olması gerekmektedir.

## Kaynakça

- Acet, M. (2006). *Sporda Saldırganlık ve Şiddet*, İstanbul: Morpa Kültür Yayınları.
- Akın, A. (2010). Çevrimiçi Spor Ortamlarında Nefret Söylemi: Bir Topun Peşinde Koşan Yirmi İki Adam, Taraftarlar ve Medya, Tuğrul Çomu (Ed.), *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, (pp. 193-222), İstanbul: Kalkedon.
- Alğan, C. & Şensever, L. (2010). *Ulusal Basında Nefret Suçları: 10 Yıl, 10 Örnek*, İstanbul: Sosyal Değişim Derneği Yayınları.
- Aydın, B. Hatipoğlu, D. & Ceyhan, Ç. (2008). Endüstriyel Futbol Çağında Taraftarlık, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26, 289-316.
- Aygül, E. (2010). Facebook’ta Nefret Söyleminin Üretilmesi ve Dolaşıma Sokulması, Tuğrul Çomu (Ed.), *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, (pp. 95-140), İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Aygül, E. (2013). “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.
- Bilgili, C. & Şener, G. (2013). *Sosyal Medya ve Ağ Toplumu: Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler*, İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık.



- Bora, T. (2001). Türkiye’de Futbol ve Milliyetçilik, Tanıl Bora (Der.), *Türkiye’de Sivil Toplum ve Milliyetçilik*, (pp. 559-581), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Boyle, K. (2001). Hate Speech-The United States Versus the Rest of the World, *Maine Law Review*, 53, 488-502.
- Boztepe, M. “Sahaya Yetkisiz Giren Kişilere Hapis Cezası”, [www.aa.com.tr](http://www.aa.com.tr), (Erişim Tarihi, 16.08.2019).
- Cemiloğlu Altunay, M. (2010). “Gündelik Yaşam ve Sosyal Paylaşım Ağları: Twitter ya da "Pıt Pıt Net"”, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (12), 31-56.
- Çağlar, Ş. (2017). Şövalyelik Mesleği Gazeteciliğe Sosyal Medya Etkisi, Konya: Literatürk Yayınları.
- Çayır, K. (2010). Ayrımcılığın Sosyolojisi ve Türkiye Toplumunu, Ayşe Çavdar, Aylin B. Yıldırım (Haz.), *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*, (pp. 45-54). İstanbul: Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları.
- Çebi, M. S. (2003). İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi, Ankara: Alternatif Yayınları.
- Einspanner, J. Dang-Anh, M. & Thimm, C. (2016). Twitter Verilerinin Bilgisayar Destekli İçerik Analizi, Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt & Cornelius Puschmann (Eds.), *Twitter ve Toplum*, (pp.157-170), İstanbul: Kafka Yayınları.
- Geray, H. (2011). Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş: İletişim Alanından Örneklerle, Ankara: Genesis.
- Gönenç, A. Y. (2006). Futbol ve Yazılı Basında Fanatizm, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:24, (ss.25-34), İstanbul: İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları.
- Gönenç, E. Ö, Kılınç, H. (2020). İnternet Gazeteciliği ve Etik, İletişim Çalışmaları, Sakarya: Sakarya Üniversitesi Yayınları.
- Highfield, T. (2016). Sarı Formayı Takip Etmek: Fransa Turunu Tweetlemek, Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt, Cornelius Puschmann (Der.), Emre Erbatur (Çev.), *Twitter ve Toplum*, (pp. 339-353), İstanbul: Kafka.
- Karan, U. (2012). Nefret İçerikli İfadeler, İfade Özgürlüğü ve Uluslararası Hukuk, Yasemin İnceoğlu (Der.), *Nefret Söylemi ve Nefret Suçları*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Karan, U. (2013). Nefret Söylemi ve Yakından İlişkili Diğer Kavramlar: Ayrımcılık, Nefret Suçu ve Hakaret, Mahmut Çınar (Ed.), *Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar Mecralar Tartışmalar*, (pp. 95-125), İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları.
- Krippendorff, K. (2004). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology, California: Sage Publications.
- Lister, M., Dovey J., Giddings, S., Grant, I. & Kell, Kieran, (2003). New Media: A Critical Introduction, London: Routledge.
- McGonagle, T. (2001). Wrestling (Racial) Equality from Tolerance of Hate Speech, *Dublin ULJ*, 23, 21, 21-54.
- Medyada Nefret Söylemi ve Ayrımcı Söylem 2018 Raporu, (2019). İstanbul: HDV Yayınları, <https://hrantdink.org/>.



- Postman, N. (2004). *Teknopoli: Yeni Dünya Düzeni*, M. Emre Yılmaz (Çev.), İstanbul: Gelenek Yayınevi.
- Şahin, M. (2018). “Bir Siyasal İletişim Unsuru Olarak Nefret Söyleminin Spor Müسابakalarına Yansıması: Twitter Örneği”, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Talimciler, A. (2012). Ötekine Yönelik Nefretin Fark Edilmediği ya da Kanıksandığı Alan: Türkiye Futbol Medyası, Yasemin İncoğlu (Der.), *Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları*, (pp. 247-287), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Van Dijk, J. (2004). Digital Media, John D.H. Downing, Denis McQuail, Philip Schlesinger ve Ellen Wartella (Eds.), *The Sage Handbook of Media Studies*, (pp. 145-163), London: Sage Publications.
- Weber, A. “Nefret Söylemi El Kitabı”, Metin Çulhaoğlu (Çev.), (Erişim Tarihi: 10 Nisan 2011) <http://www.ihop.org.tr/>.
- Yıldız, E. (2018). “Twitter’da ve Çevrimiçi Bir Gazetede Yer Alan Nefret Söylemlerinin Karşılaştırılması: Suriyeli Mülteciler Örneği”, *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 760-793.
- “2017 yılı itibariyle Medyada Nefret Söyleminin İzlenmesi projesinde kullanılan anahtar kelimeler”, <https://hrantdink.org/attachments/article/256/Anahtar%20kelimeler.pdf>.