



Sosyal Medyanın Futbol Taraftarları Üzerindeki Şiddet ve Fanatizme Etkisi

Hamza ÖNER^{1*}

Necati CERRAHOĞLU²

<https://orcid.org/0000-0002-3131-0699>

<https://orcid.org/0000-0001-7365-7845>

1 Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ayvacı Meslek Yüksekokulu

2 Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi

*Sorumlu yazar: hamzaoner@comu.edu.tr

Özet

Sosyal medyanın futbol taraftarları üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerinin incelenmesi amacıyla yapılan bu araştırmaya Türkiye Süper Lig futbol maçlarını takip eden 165 gönüllü futbol taraftarı katılım sağlamıştır. İlgili araştırma kapsamına taraftarların fanatik düzeylerinin belirlenebilmesi için fanatizm ölçeği, sosyal medya kullanım düzeylerinin belirlenebilmesi içinde sosyal medya kullanım ölçeklerinden yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizinde SPSS 20.0 paket programından yararlanılmıştır. Bu kapsam ilgili verilen analizinde yüzde frekans analizlerinde yararlanılmıştır. Normal dağılım sağlayan verilerin analizinde ise bağımsız gruplar için t testi gruplar arası karşılaştırmalarda ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA), katılımcıların sosyal medya kullanım düzeyleri ve fanatik düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesinde ise basit doğrusal korelasyon analizden yararlanılmıştır.

Etkisinin belirlenebilmesi amacıyla gerçekleştirilen bu araştırmada sonuç olarak; erkek katılımcıların fanatizme daha yatkın olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında twitter’da Türkiye Süper Lig’in ikinci yarısında futbol konusunda yapılan yorumlar küfür ve nefret temaları boyutunda incelendiğinde; çoğunlukla rakip takımlara olmak üzere, kendi takımına, belirli sporculara, hakemlere, Türkiye Futbol Federasyonu (TFF)’na yönelik küfür/hakaret içerikli paylaşımların olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Futbol, Taraftar, Sosyal Medya, Fanatizm.

The Effect Of Social Media On Violence And Fanatism On Football Fans

Abstract

165 volunteer football fans who followed the Turkish Super League football matches participated in this research, which was conducted to examine the positive and negative effects of social media on football fans. Within the scope of the research, the fanaticism scale was used to determine the fanatic levels of the fans, and the social media usage scales to determine the social media usage levels. SPSS 20.0 package program was used in the analysis of the data obtained within the scope of the research. In the analysis of this scope, percentage frequency analyzes were used. In the analysis of data with normal distribution, t-test for independent groups, one-way analysis of variance (ANOVA) was used for comparisons between groups, and simple linear correlation analysis was used to determine the relationship between the levels of social media use and fanaticism of the participants.

As a result of this research, which was carried out in order to determine the effect; It has been determined that male participants are more prone to fanaticism. In addition, when the comments about football on Twitter in the second half of the Turkish Super League are examined in terms of profanity and hate themes; It has been determined that there are posts with profanity/insult towards their own team, certain athletes, referees, and the Turkish Football Federation (TFF), mostly against rival teams.

Keywords: Football, Fans, Social Media, Fanaticism.

Giriş

Dünya üzerinde en fazla konuşan konulardan biri olan şiddet yaşamın her alanında karşımıza çıkabilen bir kavramdır. Bu konu kapsamında özellikle kadına, küçük çocuklara, çalışanlara karşı yapılan gerek sözlü gerekse de yazılı şiddet türlerinin en fazla karşılaşılan şiddet türü olduğunu söyleyebiliriz. Ülkemiz vatandaşlarının en büyük problemlerinden birisinin de şiddet olduğu düşünülmektedir. Zelyurt (2011)'a göre şiddetin olmadığı bir alanın bulunması neredeyse yoktur.

Şiddet olaylarının Türk toplumunda diğer toplumlara kıyasla çok daha fazla kabul gördüğünü söyleyebiliriz. Sporda yapılan şiddetin diğer sosyal şiddetlerle de arasındaki bağgöz ardı edilemez. Dolayısıyla sorununun giderilmesi ile ilgili gerekli sosyal politikalar oluşmamaktadır (Çağlayan, 2003).

Futbol, seyir düzeyi en fazla olan spor branşlarının arasında yer alması böylelikle toplumu etkileyebilme özelliğinin baskın olması nedeniyle diğer sporlar oranla birtakım farklılıklarını ortaya koymaktadır. Bu farklılıklar psikolojik açıdan ele alındığında, izleyicilerin normal yaşamları dışına çıkarak başka kişiliklere bürünüp bu faaliyetlere dahil olduğu söylebilir. Futbol maçları, kalabalıkta insanların kendini kaybettiği, bilinçli veya bilinçsiz yapılan olayların olduğu bir yer olmaktadır (Karagözoğlu ve Ay, 1999).

Kayaoğlu (2000)'na göre, ülkemizde futbolun şiddetin geçmişine bakıldığında çok fazla veri olmadığı için çok fazla aydınlık olduğu söylenememektedir. Kozanoğlu (1990)'na göre ise; 1900'lü senelerin ilk on yıllarında futbolda yapılan kavgalarında asıl fitilleyiciler oyunu oynayanlardır ve futbolda her gün farklı kavgalar ve duyulmamış küfürler duyulmaktadır. 1950 yıllarından sonra profesyonellik ortaya çıkınca, statların ortamının değiştiği, gerilimin yükseldiği ve futbolla alakalı olayların artmaya başladığı söylenmektedir. Yıllar içerisinde de yaşanan olayların eski yumruklu kavgaları arattığı düşünülmektedir.

Paksoy (2014)'ya göre araştırmacılar tarafından fanatizm kavramına yönelik olan tanım birliğine henüz varılmamıştır. Fanatik; stadyuma kulübünün bayrağına sarılmış bir şekilde gelir, yüzü tuttuğu takımın renkleri ile boyalıdır. Ses getiren, kırıncı ve gürültü yapıcı eşyalarla yüklüdür. Fanatik taraftar takımının kazanmasından çok rakip takımın yenilgisinden zevk duyar. Sahip olunan veya sahip olmaya çalışılan farklı amaçları olan görüşlere, fikir ve ideolojilere aşırı şekilde bağlı olmanın sonucu ortaya gelen fanatizmin, kişinin, ruhsal ve bedensel bütünlüğüne zarar verici şiddet hareketlerine dönüşmesi durumunun altında insana ve insanın içinde bulunduğu ortama ilişkin etkenler belirleyici olmaktadır (Ayan, 2006).

Sosyal medya, içerik üreticilerinde olduğu gibi kullanıcılardan da oluşmaktadır. İçerisinde yaşadığımız çağın gereği ile teknoloji neredeyse istek değil adeta bir ihtiyaç haline dönüşmüştür. Bu kapsamda sosyal medyanın geleneksel medyaya oranla daha avantajlı olduğu düşünülmektedir. Çünkü geleneksel medyada gördüğümüz bir olayı kısa bir süre sonra Facebook'ta görebiliriz. Üyeler tarafından gruplar açılır ve farklı görüşteki insanlar büyük bir coşkuyla tartışılmaktadır (Toprak-Ali ve diğerleri, 2009)

Sosyal medya spor açısından düşünüldüğünde; bu platformlarda farklı ve uç görüşlerden, normal bir insanın bakış açısına ve fikirlerine rastlamak mümkündür. Bu bağlamda mevcut araştırmada, sosyal medyanın futbol taraftarları üzerindeki şiddet ve fanatizm düzeylerine etkisi incelenmeye çalışılmıştır.

Yöntem

Araştırmanın Türü

Bu çalışma nicel ve nitel içerikleri barındırmasından dolayı karma araştırma desenine uygun hazırlanmıştır. Karma araştırmalar bir çalışmada nicel ve nitel yöntem, desen ve kavramları bir arada sunması şeklinde tanımlanır. (Creswell, 2003; Tashakkori ve Teddlie, 1998; Johnson ve Onwuegbuzie, 2004).

Evren Örnekleme

Çalışmanın evrenini sosyal medya kullanıcısı olan futbol taraftarları oluşturmaktadır. Örnekleme ise nitel veriler için Ocak-Mayıs 2021 aylarında evren içerisinden rastgeleörnekleme ile seçilen futbol konusunda yapılan yorumlar ve nicel veriler için kolayda örnekleme ile seçilen, bir futbol taraftarı olarak Türkiye Süper Ligi futbol maçlarını takip eden toplam 165 gönüllü futbol taraftarı oluşturmaktadır

Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması

Çalışma kapsamında verilerin toplanması iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada 165 katılımcıya “Futbol Taraftarı Fanatiklik Ölçeği” ile Tutgun-Ünal ve Deniz (2019) tarafından geliştirilen “Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği” online olarak uygulanmıştır.

İkinci aşamada futbol taraftarlarının sosyal medya platformu olan Twitter’da yaptıkları yorumlar toplanmış ve söylem analizi ile analiz edilmiştir. Söylem analizinde temel amaç toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Bu aşamada taraftar söylemlerine dayanan veriler toplanarak içerikleri tematik kodlama yoluyla analiz edilmiştir.

Futbol Taraftarı Fanatiklik Ölçeği (FTFÖ): Taşmektepligil, Çankaya ve Tunç (2015) tarafından geliştirilen ölçek 13 madde ve 2 alt boyuttan oluşan 4’lü likert tipi ölçektir. Ölçek alt boyutlarında “Şiddete Yönelik Düşünce ve Eylem Eğilimi” alt boyutu 8 madde, “Kurumsal Aidiyet” alt boyutu 5 maddeden oluşmaktadır. Madde dereceleri 1 “kesinlikle katılıyorum” dan 4 “hiç katılmıyorum” a doğru sıralanmıştır. Katılımcıların ölçekten alacakları puan toplamı 13 ila 52 arasında değişmektedir. Ölçekten anahtar 13-21 aralığında “fanatik”, 22- 30 aralığında “takım taraftarı” ve 31-52 aralığında “sporsever” olarak kategorize edilmiştir.

Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ): Tutgun-Ünal ve Deniz (2019) tarafından geliştirilen ölçek 8 madde ve 2 alt boyuttan (süreklilik, yetkinlik) oluşan 5’li likert tipi ölçektir. Madde dereceleri 1 “bana hiç uygun değil” den 5 “bana tamamen uygun” a doğru sıralanmıştır. Ölçekten alınabilecek toplam puan 8 ila 40 arasında değişmektedir. Ölçekten alınan yüksek puan sosyal medya kullanımının arttığını göstermektedir.

Verilerin Analizi

Çalışmada toplanan nicel verilerin analizinde SPSS.20 istatistik programı kullanılmıştır. Demografik verilerin incelenmesinde yüzde frekans yöntemi, ikili karşılaştırmalarda bağımsız gruplar için t testi gruplar arası karşılaştırmada tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve karşılıklı ilişkiyi incelemede ise basit doğrusal korelasyon analizi kullanılmıştır. Sonuçlar $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı kabul edilmiştir.

Nitel verilerin analizinde söylem analizi yöntemi kullanılmıştır. Toplanan veriler tematik analiz yoluyla analiz edilmiştir. Sosyal medya platformu Twitter’da Türkiye Süper Lig’in ikinci yarısında futbol konusunda yapılan yorumlar herhangi bir düzeltme yapılmadantaraftarların yazdığı şekliyle çalışmaya aktarılmıştır. Yapılan yorumlar kelime bazında incelenerek kodlar oluşturulmuş ve bu kodlardan hareketle veriler üç tema altında (küfür, nefret, bağlılık) kategorize edilmiştir.

Bulgular

Tablo 1 Katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin veriler

Değişkenler	Gruplar (n=165)	f	%
Cinsiyet	Kadın	87	52,7
	Erkek	78	47,3
Eğitim durumu	Ortaokul	10	6,1
	Lise	24	14,5
	Önlisans	52	31,5
	Lisans	53	32,1
	Yüksek lisans/Doktora	26	15,8
Meslek	Kamu sektörü	20	12,1
	İşçi	51	30,9
	İşveren	13	7,9
	Öğrenci	67	40,6
	Çalışmıyor	14	8,5
Aylık gelir	2000 TL'den az	72	43,6
	2001-4000 TL	44	26,7
	4001-7000 TL	34	20,6
	7001 TL'den fazla	15	9,1

Katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin veriler Tablo 1'de gösterilmiştir. Buna göre katılımcıların %47,3 (78)'ünün erkek %52,7 (87)'sinin kadın, %32,1 (53)'ünün lisans mezunu, %40,6 (67)'sının öğrenci ve %43,6 (72)'sının 2000 TL'den az aylık gelire sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2 Cinsiyete göre SMKÖ ve FTFÖ puanlarının karşılaştırılması

Ölçekler	Alt boyutlar	Gruplar	n	\bar{X}	Ss	t	p
Sosyal medya kullanımı ölçeği		Erkek	78	25,60	7,682	-0,650	0,516
		Kadın	87	26,35	7,203		
Futbol taraftarı fanatiklik ölçeği	Şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi (8 madde)	Erkek	78	23,82	5,729	-4,612	0,000*
		Kadın	87	27,42	4,268		
	Kurumsal aidiyet (5 madde)	Erkek	78	11	3,734	-3,441	0,001*
		Kadın	87	12,94	3,515		

Katılımcıların sosyal medya kullanımlarının ve futbol fanatiklik düzeylerinin cinsiyete göre değişip değişmediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız gruplar için t testi sonucu Tablo 2'de gösterilmiştir. Buna göre sosyal medya kullanımının cinsiyete göre değişmediği ($p>0,05$) buna karşın futbol taraftarı fanatiklik ölçeğinin her iki alt boyutunda da erkeklerin ($23,82\pm 5,729$ ve $11\pm 3,734$) puanının kadınların ($27,42\pm 4,268$ ve $12,94\pm 3,515$) puanından anlamlı düzeyde düşük olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Ölçek puanlamasına göre bu sonuç erkeklerin fanatizme daha yakın olduğu

Sosyal Medyanın Futbol Taraftarları Üzerindeki Şiddet ve Fanatizme Etkisi

anlamına gelmektedir. Ancak ölçek anahtarı dikkate alındığında her iki grubun da “Sporsever” (31-52 puan) kategorisinde yer aldığı görülmüştür.

Tablo 3 Eğitim durumuna göre SMKÖ ve FTFÖ puanlarının karşılaştırılması

Ölçekler	Alt boyutlar	Gruplar	n	\bar{X}	Ss	F	p	Post-hoc Bonferroni
Sosyal medya kullanımı ölçeği		1.Ortaokul	10	24,80	8,066	2,731	0,031*	5<2
		2.Lise	24	27,91	9,045			5<4
		3.Önlisans	52	24,82	6,540			3<4
		4.Lisans	53	27,90	7,294			
		5.Yüksek lisans/doktora	26	23,15	6,441			
Futbol taraftarı fanatiklik ölçeği	Şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi (8 madde)	1.Ortaokul	10	22,9	5,762	1,875	0,117	
		2.Lise	24	25,12	5,135			
		3.Önlisans	52	27,07	4,693			
		4.Lisans	53	25,07	5,873			
		5.Yüksek lisans/doktora	26	25,96	4,894			
	Kurumsal aidiyet (5 madde)	1.Ortaokul	10	10,5	2,549	1,902	0,113	
		2.Lise	24	10,58	3,105			
		3.Önlisans	52	12,4	3,113			
		4.Lisans	53	12,13	3,961			
		5.Yüksek lisans/doktora	26	12,96	4,886			

Katılımcıların sosyal medya kullanımlarının ve futbol fanatiklik düzeylerinin eğitim durumuna göre değişip değişmediğini belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları Tablo 3’te gösterilmiştir. Tablo incelendiğinde sosyal medya kullanımının gruplar arasında anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p<0,05$). İkili karşılaştırmalarda bu farkın yüksek lisans/doktora grubu ($23,15\pm6,441$) ile lise ($27,91\pm9,045$) ve lisans ($27,90\pm7,294$) grupları arasında; ayrıca lisans grubu ($27,90\pm7,294$) ile önlisans grubu ($24,82\pm6,54$) arasında olduğu görülmüştür. Buna karşın futbol taraftarı fanatiklik puanının gruplar arasında anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Sosyal Medyanın Futbol Taraftarları Üzerindeki Şiddet ve Fanatizme Etkisi

Tablo 4 Meslek durumuna göre SMKÖ ve FTFÖ puanlarının karşılaştırılması

Ölçekler	Alt boyutlar	Gruplar	n	\bar{X}	Ss	F	p	Post-hoc
Sosyal medya kullanımı ölçeği		1.Kamu sektörü	20	24,10	7,482	2,893	0,024*	1<2 5<2
		2.İşçi	51	28,68	5,981			
		3.İşveren	13	25,15	8,970			
		4.Çalışmıyor	14	26,85	7,594			
		5.Öğrenci	67	24,50	7,640			
Futbol taraftarı fanatiklik ölçeği	Şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi (8 madde)	1.Kamu sektörü	20	26,05	4,394	0,532	0,712	
		2.İşçi	51	25,13	5,872			
		3.İşveren	13	25	4,490			
		4.Çalışmıyor	14	25	5,218			
		5.Öğrenci	67	26,35	5,339			
	Kurumsal aidiyet (5 madde)	1.Kamu sektörü	20	12,25	4,766	1,164	0,329	
		2.İşçi	51	11,66	3,840			
		3.İşveren	13	11	2,645			
		4.Çalışmıyor	14	10,92	3,970			
		5.Öğrenci	67	12,65	3,413			

Katılımcıların sosyal medya kullanımlarının ve futbol fanatiklik düzeylerinin mesleğe göre değişip değişmediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir. Buna göre sosyal medya kullanımı puanında mesleğe göre anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bu farkın işçi ($28,68 \pm 5,981$) grubu ile kamu sektörü ($24,10 \pm 7,482$) ve öğrenci ($24,50 \pm 7,640$) gruplarından kaynaklandığı görülmüştür. Buna karşın futbol taraftarı fanatiklik puanının gruplar arasında anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p > 0,05$).

Sosyal Medyanın Futbol Taraftarları Üzerindeki Şiddet ve Fanatizme Etkisi

Tablo 5 Aylık gelire göre SMKÖ ve FTFÖ puanlarının karşılaştırılması

Ölçekler	Alt boyutlar	Gruplar	n	\bar{X}	Ss	F	p
Sosyal medya kullanımı ölçeği		2000 TL'den az	72	24,58	7,539	1,761	0,157
		2001-4000 TL	44	27,40	6,672		
		4001-7000 TL	34	27,26	7,157		
		7001 TL'den fazla	15	25,80	8,873		
Futbol taraftarı fanatiklik ölçeği	Şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi (8 madde)	2000 TL'den az	72	25,93	5,400	0,565	0,639
		2001-4000 TL	44	25,59	4,886		
		4001-7000 TL	34	24,91	5,305		
		7001 TL'den fazla	15	26,93	6,295		
	Kurumsal aidiyet (5 madde)	2000 TL'den az	72	12,04	3,697	1,497	0,217
		2001-4000 TL	44	11,72	3,446		
		4001-7000 TL	34	11,55	3,702		
		7001 TL'den fazla	15	13,86	4,596		

Katılımcıların sosyal medya kullanımlarının ve futbol fanatiklik düzeylerinin aylık gelire göre değişip değişmediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları Tablo 5'te gösterilmiştir. Buna göre katılımcıların sosyal medya kullanım puanlarının ve fanatiklik puanlarının aylık gelire değişmediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Tablo 6 Katılımcıların SMKÖ ve FTFÖ puanlarının ilişkisi

	n	r	p
Sosyal medya kullanımı ölçeği	165	0,114	0,145
Futbol taraftarı fanatiklik ölçeği			

Katılımcıların sosyal medya kullanım puanı ile futbol taraftarı fanatiklik puanlarının karşılıklı ilişkisini tespit etmek amacıyla yapılan basit doğrusal korelasyon analizi sonuçları Tablo 6'da gösterilmiştir. Buna göre katılımcıların sosyal medya kullanım puanı ile futbol taraftarı fanatiklik puanı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir ($r:0,114$ $p:0,145$).

Tablo 7. Farklı değişkenlere göre katılımcıların SMKÖ ve FTFÖ puanlarının ilişkisi

Değişkenler	Gruplar	n	r	p
Cinsiyet	Erkek	78	-0,304	0,007*
	Kadın	87	0,035	0,748
Eğitim durumu	Ortaokul	10	-0,017	0,963
	Lise	24	-0,319	0,129
	Ön lisans	52	-0,047	0,743
	Lisans	53	0,035	0,802
	Yüksek lisans/doktora	26	-0,279	0,167
Meslek	Kamu sektörü	20	-0,417	0,068
	İşçi	51	-0,062	0,667
	İşveren	13	0,070	0,820
	Çalışmıyor	14	-0,156	0,594
	Öğrenci	67	-0,039	0,753
Aylık gelir	2000 TL'den az	72	-0,104	0,386
	2001-4000 TL	44	-0,063	0,687
	4001-7000 TL	34	0,114	0,520
	7001 TL'den fazla	15	-0,577	0,024*

Katılımcıların farklı değişkenlere göre SMKÖ ve FTFÖ puanlarının ilişkisini incelemek amacıyla yapılan basit doğrusal korelasyon analizi sonuçları Tablo 7'de gösterilmiştir. Tablo incelendiğinde erkek katılımcılar ile 7001 TL'den fazla aylık gelire sahip olan katılımcıların SMKÖ puanı ile FTFÖ puanı arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür (sırasıyla r:-0,304 p:0,007 ve r:-0,577 p:0,024). Bu sonuç erkek katılımcılar ile 7001 TL'den fazla gelire sahip olan katılımcıların sosyal medya kullanımları arttıkça fanatizme eğilimlerinin arttığı anlamına gelmektedir. Buna karşın eğitim durumu ve meslek grubu değişkenlerindeki gruplarda SMKÖ ve FTFÖ puanları arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir (p>0,05).

Sosyal Medyada Fanatizm

Sosyal medyanın gelişmesi futbol taraftarlarının çoğu zaman fiziksel mekanlar yerine dijital ortamlarda bir araya gelmelerini sağlamış ve protestolarını, sevinçlerini, üzüntülerini, öfkelerini paylaşabilecekleri bir ortam sunmuştur. Ancak bu gelişme paylaşılanbu duygularla birlikte fanatizmi de beraberinde getirmiş ve dijital ortamda önemli bir yer vermiştir. Futbol taraftarlarının özellikle şampiyonluk yarışının kızıştığı dönemlerde yaptıkları paylaşımlar incelendiğinde aslında stadyum veya sokaklarda yaşanan olayların sanal ortamda da benzer olduğu göze çarpmaktadır. Bununla birlikte sosyal medyada bir adım öteye gidildiği ve belki de çoğu zaman stadyumlarda yapılmayacak söylemlerin sosyal medya ortamında rahatlıkla yapılabileceği görülmektedir. Bu çalışmada futbol taraftarlarının sosyal medya platformunda yaptıkları yorumlar üç tema (küfür, nefret, bağlılık) altında toplanmıştır.

Küfür

Futbol taraftarları arasında sıklıkla karşılaşılan ve futbolda şiddet konusunun bir parçası olan küfürlü tezahürat olayları sosyal medya ortamında da kendisine fazlasıyla yer bulmuştur. Taraftarların sosyal medya yorumlarına bakıldığında çoğunlukla rakip takımlara olmak üzere, kendi takımına, belirli sporculara, hakemlere, Türkiye Futbol Federasyonu (TFF)'na yönelik küfür/hakaret içerikli paylaşımlar olduğu görülmektedir. Bu çalışmada futbol taraftarlarına uygulanan FTFÖ sonuçlarına göre fanatizm düzeyinin eğitim veya meslek durumuna göre değişmediği bulgusu göz önünde bulundurulduğunda küfür/hakaret içerikli paylaşımlar yapanların sosyo-kültürel açıdan her kesimden olabileceği söylenebilir. Bu anlamda normal hayatında bu tür küfür/hakaret içerikli konuşmayacağı düşünülen bir kişinin dahi sosyal medyada bu tür yorumlarda bulunabileceği, dolayısıyla sosyal medyanın fanatizm, şiddet ve nefrete açılan bir kapı olabileceği düşünülebilir. Bununla birlikte sosyal medya platformlarının küfürlü içeriklere yönelik çoğu zaman herhangi bir kısıtlama uygulamamasının da bu tür davranışları artıran önemli bir unsur olduğu söylenebilir.

“Sezon boyu GALATASARAY ile uğraş, transferlerine taş koy, UEFA'ya şikayet et, korsan bildiri yayımla, sırf başarısızlığını örtmek için tün çirkefliği yap, berabere kalında şampiyonluktan ettik de ve daha neler sonra da “fener ağlamaz” nah ağlamaz hem de karı gibi ağlar i..... şikeciler.”

“Lan Nevzade oğlanı sana şimdi öyle şeyler yazarım ki o dilin g kaçır. Fenerle uğraşmayı bırak kendi g..... bak y.....”

“Ulan maçı alsaydık i... fener ibne fener emanetle gel diye tweet atıcaktım püüü.” “Senin o ağzını s..... emi. Lan dallama Semih Kaya'nın Malatya maçında attırdığı

gollar ne öyle? Adam resmen asist yapmadığı kalmış. Yüreği ve g... yiyorsa tüm maçları araştırırsınlar.”

Nefret

Nefret söylemi karşı tarafın mutsuzluğuna ya da aşılmasına yönelik aşırılıklar barındıran söylemlerdir (Post, 2009). Nefret söylemleri aslında herhangi bir fiziksel şiddet unsuru barındırmasa da tahrik edici ve harekete geçirici etkisi olması nedeniyle çoğu zaman şiddet olaylarının başlangıcı olabilmektedir. Sosyal medya yorumlarına bakıldığında yine çoğunlukla rakip takım, sporcu ve yöneticilerine, hakemlere, federasyona yönelik nefret söylemlerinin oldukça fazla olduğu görülmektedir. Yine bu tür paylaşımlara yönelik de sosyal medya platformlarının engelleyici bir uygulamalarının olmaması kullanıcılar için cesaret unsuru olmaktadır.

“Billong ve Beşiktaş tutuştu. 10 gündür sus pustular şimdi açıklamalar peş peşe geliyor. Şerefli değil şikeci Beşiktaş.”

“Ülkemizin en kara gecesi ana r..... düştüğünüz zamandır cincon.”

“Futbolun yüz karaları şerefyoksunu GS düşmanlarını sallandıracağız.”

“Köprü altında otobana düşen komidin çocukları.”

Bağlılık

Futbolda fanatizmin en temel koşullarından birisi de taraftarların takımlarına olan sınır tanımaz bağlılıklarıdır. Bu bağlılık sayesinde taraftarlar müsabaka sonuçlarında aşırı bir üzüntü ya da sevinç yaşamaktadır. Birçok taraftar tuttuğu takımı hayatının merkezine yerleştirmekte bu da takımları için yapabilecekleri eylemleri sınırsız ve tehlikeli bir boyuta taşıyabilmektedir. Sosyal medya yorumlarına bakıldığında taraftarlarının özellikle kazanılan maçlardan sonra kendi takımlarına yönelik bağlılıklarını ifade eden paylaşımların oldukça fazla olduğu görülmektedir.

“bu akşam ölürüm sırf senin için beni kimse tutamaz”

“seninle cennettir cehennem bana”

“Vur de vuralım öl de ölelim imparator”

Tartışma ve Sonuç

Sosyal medyanın futbol taraftarları üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerinin incelenmesi amacıyla yapılan bu araştırmaya Türkiye Süper Lig futbol maçlarını takip eden 165 futbol taraftarı gönüllü olarak katılım sağlamıştır. Araştırmaya katılım sağlayan taraftarların, %47,3 (78)'ü erkek %52,7 (87)'si kadın, %32,1 (53)'i lisans mezunu, %40,6 (67)'sı öğrenci ve %43,6 (72)'sı 2000 TL'den az aylık gelire sahip oldukları belirlenmiştir.

Araştırmaya katılım sağlayan bireylerin fanatizm düzeyleri çalışma kapsamında cinsiyet değişkenine göre incelenmiş ve futbol taraftarı fanatizm ölçeğinin her iki alt boyutunda da erkeklerin puanının kadınların puanından anlamlı düzeyde düşük olduğu saptanmıştır. Araştırmada futbol taraftarı fanatizm ölçeğinin her iki alt boyutunda da erkeklerin puanının kadınların puanından anlamlı düzeyde düşük olduğu tespit edilmiştir.

355 öğrencinin sosyal medya kullanım düzeylerini çeşitli değişkenlere göre inceleyen Göksel (2018), öğrencilerin sosyal medya kullanım düzeylerini cinsiyet değişkenine göre incelemiş ve bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu sonucuna ulaşmıştır. Futbol taraftarları ile gerçekleştirilen bu araştırmada ise, taraftarların sosyal medya kullanım düzeyleri cinsiyet değişkenine göre incelenmiş ve bu iki değişken arasında anlamlı bir farklılık saptanamamıştır. Araştırma kapsamında elde edilen bu bulgu Göksel (2018) tarafından ulaşılan sonuçlar ile benzerlik göstermemektedir. Alanyazın incelendiğinde sosyal medya kullanımının cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde araştırmaların var olduğu görülmüştür. Bu araştırmaların bir kısmı sosyal medya kullanım düzeyi ile cinsiyet arasında anlamlı farklılaşmaların bulunduğuna yönelik olduğu gibi (Balcı ve Gölcü, 2013; Balcı ve Tiryaki, 2014; Çam ve İşbulan, 2012; Pfeil, Arjan ve Zaphiris, 2009; Tutgun-Ünal ve Deniz, 2016; Kumcağız, Özdemir ve Demir, 2019), bu iki değişken arasında anlamlı bir farklılık olmadığına yönelik sonuçlarında yer aldığı görülmüştür (Tutgun-Ünal, 2019).

Gökdemir ve Uğur (2020) tarafından yapılan bir araştırmaya göre Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım durumları incelendiğinde, öğrencilerin %55'inin twitter kullandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Siyhan (2019) tarafından 2328 katılımcı ile gerçekleştirilen araştırmada, katılımcıların fanatizm düzeyleri gelir durumu değişkenine göre incelenmiş ve bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yıldız ve Açık (2018) Lise öğrencilerinin gelir seviyesi değişkenine göre taraftarlık tutumları arasında kurumsal aidiyeti boyutunda herhangi bir farklılık saptanamamıştır. Yapılan bu araştırmada katılımcıların sosyal medya kullanım puanlarının ve fanatizm puanlarının aylık gelire değişmediği saptanmıştır. Elde edilen bulgular bu açıdan incelendiğinde Siyhan (2019) ve Yıldız ve Açık (2018) tarafından ulaşılan sonuçlar mevcut araştırma bulgusu ile örtüşmektedir.

Bildiği üzere sosyal medya platformları, bireyleri sınırları daha önceden belirlenmiş olan bir alanda gerek açık gerekse de yarı açık olarak sanal kişilik oluşturabilecekleri ağları içermektedir (Gökdemir ve Uğur, 2020). Mevcut araştırmada sosyal medya platformu Twitter'da Türkiye Süper Lig'in ikinci yarısında futbol konusunda yapılan yorumlar herhangi bir düzeltme yapılmadan taraftarların yazdığı şekliyle çalışmaya aktarılmıştır. Yapılan yorumlar kelime bazında incelenerek kodlar oluşturulmuş ve bu kodlardan hareketle veriler üç tema altında (küfür, nefret, bağlılık) kategorize edilmiştir.

Araştırmada futbol taraftarlarına uygulanan FTFÖ sonuçlarına göre fanatizm düzeyinin eğitim veya meslek durumuna göre değişmediği bulgusu göz önünde bulundurulduğunda küfür/hakaret içerikli paylaşımlar yapanların sosyo-kültürel açıdan her kesimden olabileceği söylenebilir. Bu anlamda normal hayatında bu tür küfür/hakaret içerikli konuşmayacağı düşünülen bir kişinin dahi sosyal medyada bu tür yorumlarda bulunabileceği, dolayısıyla sosyal medyanın fanatizm, şiddet ve nefrete açılan bir kapı olabileceği düşünülebilir. Bununla birlikte sosyal medya

platformlarının küfürlü içeriklere yönelik çoğu zaman herhangi bir kısıtlama uygulamamasının da bu tür davranışları artıran önemli bir unsur olduğu söylenebilir.

Sosyal medyanın futbol taraftarları üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerinin incelenmesi amacıyla yapılan bu araştırmada sonuç olarak;

1. Katılımcılarının sosyal medya kullanım düzeyleri cinsiyete göre değişmediği sonucuna ulaşılmıştır.

2. Futbol taraftarı fanatiklik ölçeğinin her iki alt boyutunda da erkeklerin (23,82±5,729 ve 11±3,734) puanının kadınların (27,42±4,268 ve 12,94±3,515) puanından anlamlı düzeyde düşük olduğu tespit edilmiştir. Ölçek puanlamasına göre bu sonuç erkeklerin fanatizme daha yakın olduğu anlamına gelmektedir. Ancak ölçek anahtarı dikkate alındığında her iki grubun da “Sporsever” (31-52 puan) kategorisinde yer almaktadır.

3. Katılımcıların sosyal medya kullanım puanlarının ve fanatiklik puanlarının aylık gelire değişmediği tespit edilmiştir.

5. Katılımcıların sosyal medya kullanım puanı ile futbol taraftarı fanatiklik puanı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir

6. Yapılan bu araştırmada sosyal medya platformu Twitter’da Türkiye Süper Lig’in ikinci yarısında futbol konusunda yapılan yorumlar küfür teması boyutunda incelendiğinde; çoğunlukla rakip takımlara olmak üzere, kendi takımına, belirli sporculara, hakemlere, Türkiye Futbol Federasyonu (TFF)’na yönelik küfür/hakaret içerikli paylaşımların olduğu görülmektedir.

8. Yapılan bu araştırmada sosyal medya platformu Twitter’da Türkiye Süper Lig’in ikinci yarısında futbol konusunda yapılan yorumlar nefret teması boyutunda incelendiğinde; çoğunlukla rakip takım, sporcu ve yöneticilerine, hakemlere, federasyona yönelik nefret söylemlerinin oldukça fazla olduğu görülmektedir.

Çalışmada elde edilen bulgulardan hareketle; araştırmanın örneklem grubu genişletilerek daha büyük gruplar ile çalışmaların yapılması önerilmektedir. Bunun yanında; Çalışmanın farklı taraftar gruplarına uygulanarak sonuçların farklılaşıp farklılaşmadığı incelenebilir.

Çatışma Beyanı

Yazarların araştırma ile ilgili bir çatışma beyanı bulunmamaktadır.

Not: Bu çalışma, birinci yazarın yüksek lisans tezinin bir kısmından derlenerek hazırlanmıştır.

Kaynakça

- Ayan, S. (2006). Şiddet ve Fanatizm. *C. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 7(2): 191-209.
- Balcı, Ş. ve Gölcü, A. (2013). Facebook addiction among university students in Turkey: Selçuk University example. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 34, 255-278.
- Balcı, Ş. ve Tiryaki, S. (2014). Facebook addiction among high school students in Turkey. *IISES-The International Institute of Social and Economic Sciences: Vienna 10th Academic Conference*, Vienna, Austria, June 3-6, 2014, 120-134.
- Creswell, J. W. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage,
- Çağlayan, H. S. (2003). *Futbol Seyircisinin Sosyo-Ekonomik Kültürel Yapısının Şiddet Eğilimindeki Rolü (Konyaspor Örneği)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Çam, E. ve İşbulan, O. (2012). A new addiction for teacher candidates: Social networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 11(3), 14-19.
- Gökdemir, S. ve Uğur, İ. (2020). Sosyal Medya Kullanımının Akademik Güdülenme Davranışı Üzerine Etkisi: Turizm Eğitimi Alan Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma (The Effect of Social Media. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2110-2131.
- Göksel, A. G. (2018). Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 16.1: 39-48.
- Johnson, R. B. ve Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come". *Educational Researcher*, 33(7): 14-26.
- Karagözoğlu, C. ve Ay S. M. (1999). Futbol Seyircisinde Saldırganlık Eğilimleri, (İstanbul Örneği), *Hacettepe Üniversitesi Futbol Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 6(3), 27-31.
- Kayaoğlu, A.G. (2000). *Futbol Fanatizmi, Sosyal Kimlik ve Şiddet: Bir Futbol Takımının Taraftarlarıyla Yapılan Çalışma* Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Kozanoğlu, C. (1990). *Bu Maçı Alıcaz*, İstanbul: Kıyı Yayınları, İstanbul.
- Kumcağız, H., Özdemir, T. Y. ve Demir, Y. (2019). Ergenlerde sosyal medya kullanımının akademik başarı ve arkadaşlık ilişkilerine etkisi. *International Journal of Social Science Research*, 8(2), 1-17.
- Pfeil, U., Arjan, R. ve Zaphiris, P. (2009). Age differences in online social networking: A study of user profiles and the social capital divide among teenagers and older users in MySpace. *Computers in Human Behavior*, 25, 643-654.
- Siyhan, E. (2019). *Türkiye’de Sosyal Medya ve Futbol Etkileşimi Bağlamında Değişen Taraftar Profili: Vole Uygulaması Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tashakkori, A. ve Teddlie, C. (1998). Mixed methodology: Combining qualitative and quantitative approaches. *Applied Social Research Methods Series* (Vol.46). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Taşmektepligil, M. Y., Çankaya, S. ve Tunç, T. (2015). Futbol Taraftarı Fanatiklik Ölçeği. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 41-49.
- Toprak-Ali, Y., Eroğlu, A., Binark, F., Çomu, T., Senem, B. ve Aygül, E. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı facebook: görülüyorum öyleyse varım*, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Tutgun-Ünal, A. ve Deniz, L. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi, *Route Educational and Social Science Journal*, 3(2), 155-181.
- Tutgun-Ünal, A. ve Deniz, L. (2019). *Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri*. 5. Uluslararası Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmaları Kongresi, Bandırma.
- Yıldız, H. ve Açak, M. (2018). Lise Öğrencilerinin Futbol Fanatiklik Düzeylerinin İncelenmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(3), 738-748
- Zelyurt M.K. (2011). *Türkiye’de Futbol Şiddetinin Sosyolojik Açından İncelenmesi ve Çözüm Önerileri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.