

**Makale Bilgisi****Makale Geliş Tarihi:** 08.03.2019**Makale Kabul Tarihi:** 30.05.2019**KATILIMCI KÜLTÜR TARTIŞMALARI BAĞLAMINDA FACEBOOK'TAKİ ANTİ FENERBAHÇE VE ANTİ GALATASARAY TARAFTAR GRUPLARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME**Ozan YILDIRIM¹Duygu ÜNALAN²**ÖZ**

Web 2.0 teknolojisi, internet teknolojilerinin gelişmesinde önemli bir dönüm noktası olmuştur. İçeriğe müdahale etme, karşılıklı etkileşim, içerik yaratma gibi özellikleriyle kullanıcı odaklı bir teknoloji olan web 2.0, aynı zamanda katılımcı kültürü de mümkün kılmıştır. Katılımcı kültür, bireysel internet kullanıcılarının ağ üzerinden buluşması, kolektifler oluşturması, içerik yaratması ve bu içerikleri paylaşmasını ifade etmektedir. Facebooktaki anti taraftar grupları da bu kültürün geliştiği ve sürdürüldüğü ortamlardır. Bu bağlamda bu çalışmada, sosyal medya üzerinden oluşturulan taraftar ve anti taraftar gruplarının, katılımcı kültür kapsamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Nitel metin çözümlemesinin temel alındığı çalışmada Facebooktaki Anti Fenerbahçe ve Anti Galatasaray taraftar gruplarındaki 07.11.2017-07.11.2018 tarihleri arasında paylaşılan içerikler değerlendirilmiş, elde edilen veriler “Rakip Takım İle Alay” ve “Kendi Takımına Yergi” olmak üzere iki kategoride çözümlenmiştir. Taraftar gruplarının etkileşim içinde içerik üretmelerine olanak sağlayan sosyal medya ortamlarının stadyum dışında da taraftarlık kültürünün devamlılığını sağlayan önemli mecralar olduğu görülmüştür. Katılımcı kültürün gerçekleştiği bu mecralarda spor müsabakalarının dışında da içerikler paylaşılarak farklı kültürel öğeler üretilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Web 2.0, Katılımcı Kültür, Sosyal Medya, Taraftarlık, Fanatizm

¹ Araştırma Görevlisi Doktor Ozan Yıldırım, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, ozanyildirim87@gmail.com / ozanyildirim@ohu.edu.tr Orcid Id: 0000-0001-7737-6311

² Doktor Öğretim Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, duyguunalan85@gmail.com / dunalan@ohu.edu.tr, Orcid Id: 0000-0002-7420-2006

AN ASSESMENT ABOUT ANTI FENERBAHÇE AND ANTI GALATASARAY FAN GROUPS IN FACEBOOK WITHIN THE CONTEXT OF PARTICIPATORY CULTURAL DISCUSSIONS

ABSTRACT

Web 2.0 technologies have been an important milestone for development of internet technologies. Web 2.0 which becomes user centered technology with the features of interfere with content, mutual interaction and content creation, has made participatory culture possible. Participatory culture means that individual internet users meet over the network, forming collective, creating content and sharing these content. Anti supporter groups in Facebook are also environments in which this culture improves and is continued. Therefore in this study, it has been aimed to evaluate supporter and anti supporter groups in social media in the context of participatory culture. In the study which is grounded on qualitative text analysis, contents which has been shared in Anti Fenerbahçe and Anti Galatasaray supporters between 07.11.2017 and 07.11.2018 has been evaluated and the data obtained has been resolved in two categories as ‘Teasing With Rival Team’ and ‘Ridicule To Own Team’. It has been observed that social media environments which provides supporter groups to create content in interaction are important channels which provide continuity of partisanship culture outside of stadium. In these channels in which participatory culture develops, different cultural items are produced while sharing contents apart from sports competition.

Key Words: Web 2.0, Participatory Culture, Social Media, Partizanship, Fanaticism

Giriş

İnternet teknolojilerinin gelişiminde, web 2.0 teknolojisi bir devrim niteliğindedir. İçeriğe müdahale etme, karşılıklı etkileşim, içerik yaratma gibi özellikleriyle, web 2.0 internet teknolojisi, kullanıcı odaklı ve dostu bir teknoloji olarak ortaya çıkmıştır. Enformasyon toplumu içerisinde yükseliş gösteren tüm sosyal medya siteleri (Wikiler, sözlükler, facebook, twitter, instagram vb.) web 2.0 özelliği göstermektedir.

İnternet kullanıcılarının birlikte, ortak katılımı yarattığı sanal grup ve topluluklar “katılımcı kültür” bağlamında değerlendirilmektedir. Katılımcı kültür, bireylerin internet mecraları

üzerinde ortak katılımı yarattığı platformlardan oluşmaktadır. Facebook sosyal medya sitesi bünyesinde oluşturulan gruplar bunlara örnek olarak verilebilir.

Manuel Castells, bireylerin internet ortamları aracılığıyla oluşturduğu kültürel ürünleri; “öz kitlesel iletişim” ve “yaratıcı izleyiciler” kavramlarıyla açıklamaktadır. Henry Jenkins ise; bunu “yakınsama” ve “katılımcı kültür” kavramlarıyla ifade etmektedir.³ Kuşkusuz bu atıflar olumlu çağrışımlar yapmaktadır, ancak katılımcı kültürün olumsuz yönleri de vardır. Örneğin; Christian Fuchs, katılımcı kültür kavramını dijital emek ve ücretsiz çalışma kapsamında ele alır. Ayrıca, katılımcı kültürün zaman içerisinde dışlayıcı bir hâl alabileceğini ve faşist düşüncelerin de ortak katılımı oluşturulabileceğini ifade etmektedir (Fuchs, 2015).

Facebook sosyal medya sitesi, bireysel internet kullanıcılarının içerikleriyle yükselmektedir. Site bünyesinde pek çok grubun, oluşumun ve topluluğun sanal grupları bulunmaktadır. Takım taraftar grupları da bunlara örnek olarak verilebilir. Kendi takımlarını desteklemek isteyen bireysel internet kullanıcıları grup kurabilmekte ve bu mecralar üzerinden takımlarına destek verebilmektedir. Bu gruplarda genel anlamda; takımın başarıları, destek mesajları vb. paylaşımlar yapılmaktadır.

Bununla beraber, facebookta anti taraftar gruplarının da sanal toplulukları bulunmaktadır. Bu taraftar gruplarında, rakip takımla alay edilebilmekte veya küçük düşürücü paylaşımlar yapılabilmektedir. Bu gruplarda mizahi yön ve yergi daha fazladır. Kuramsal olarak bakıldığında, bu oluşumlar da “katılımcı kültür” bağlamında ortak katkıyla oluşturulmaktadır. Ancak, bu sanal topluluklar içerisinde; hakaret, dalga geçme, yergi ve küçük düşürmeye çalışma gibi davranışlara da rastlanmaktadır.

Türkiye’de, Galatasaray ve Fenerbahçe arasında 100 yılı aşkın bir zamandır süre gelen bir rekabet bulunmaktadır. Bu rekabet, kimi zaman istenmeyen sonuçlara da neden olmuştur. Taraftar kültürü anlamında ise Galatasaray ve Fenerbahçe taraftarları arasında farklı bir iletişim söz konusudur. Bu bağlamda, facebooktaki Anti Fenerbahçe ve Anti Galatasaray taraftar grupları dikkat çekmektedir. İki taraftar grubu da teknik ve kuramsal olarak katılımcı kültür kapsamında işlemektedir ancak, katılımcı kültürün demokratik ve özgürlükçü özelliklerinden uzaktır. Çünkü gruplarda hakaret, küçük düşürmeye çalışma ve alay etme gibi

³<https://yenimedya.wordpress.com/2017/01/04/gundelik-yasamin-icindeki-yeni-medya-katilimci-kultur-kamusal-ozel-alan-geciskenligi-ve-yeni-medyanin-bilesenleri-ekseninde-hakan-bicakci-hikayelerine-bakis/> (Erişim Tarihi: 06.11.2018).

özellikler de görülmektedir. Bu bağlamda; bu gruplarda faşist düşünce oluşumunun da olduğu söylenebilir.

Sözü edilen vurgu noktalarından hareketle; bu çalışmanın sorunsalını facebooktaki Anti-Fenerbahçe ve Anti-Galatasaray taraftar gruplarının katılımcı kültür kapsamında değerlendirilip, değerlendirilemeyeceği oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, internet ortamları üzerinden oluşturulan taraftar veya anti-taraftar gruplarını, katılımcı kültür kapsamında değerlendirmektir. Çalışma nitel araştırma yöntemi ile desenlenmiştir. Niteliksel araştırmalarda anlam kavramı, anlamın toplumsal eylemde kapsamı ve toplumsal eylemlere kaynaklık edişi üzerinde durulmaktadır. Bununla birlikte niteliksel araştırmalar anlamın bağlamı içinde değerlendirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Araştırmacı da bu araştırmalarda yorumlayıcı bir özne konumundadır (Geray, 2017: 83). Bu bağlamda, bu çalışmada tarihsel, toplumsal ve sosyal anlamda çıkarımlar yapılması amaçlanmıştır. Bu anlamda çalışmada amaçlı örneklem alınarak Facebooktaki, Anti Fenerbahçe ve Anti Galatasaray taraftar gruplarındaki 07.11.2017-07.11.2018 tarihleri arasındaki içerikler değerlendirilmiştir. Çalışmada bir yıllık bir zaman diliminde yapılan paylaşımların değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu nedenle çalışmanın başlangıcından bir yıl geriye gitmek suretiyle söz konusu tarih aralığı belirlenmiştir. Elde edilen içerikler değerlendirildiğinde iki kategorinin ortaya çıktığı görülmüştür. Bunlar: “Rakip Takım İle Alay” ve “Kendi Takımına Yergi” şeklindedir. Bu nedenle içerikler bu iki başlık altında değerlendirilmiştir.

1. Kuramsal Bölüm

Bu bölümde öncelikle internet teknolojilerinin ve sosyal medyanın gelişimine değinilmiş, daha sonra katılımcı kültür ile taraftarlık ve taraftarlık kültürünün üzerinde durulmuştur.

1.1. İnternet, Sosyal Medya ve Katılımcı Kültür

Askeri amaçlı bir proje sonucu ortaya çıkan internet, bugün geldiği durum itibariyle; gündelik, toplumsal ve ekonomik yaşam içerisinde önemli bir yer edinmiştir. İnternet hem çok yönlü bir iletişim aracı hem bir eğlence aracı hem de bir tüketim aracı olarak kullanılabilir. İnternet aynı zamanda, bireylere farklı deneyimler yaşatabilmekte ve bireylerin kimlik oluşturmalarına katkı sağlayabilmektedir (Turan, 2009: 350). İnternet üzerinden zaman ve mekân sınırlaması olmadan iletişim kurmak mümkündür. Ayrıca internet,

pek çok eğlence platformuna erişimi de mümkün kılmaktadır. Bununla beraber internet ve internet ortamları, bireylerin kimliklerini oluşturup sürdürebildiği bir alana da dönüşmüştür.

İnternet teknolojileri web 1.0 ile başlamıştır. Tim Bemers-Lee'ye göre internetin ilk uygulaması olan web 1.0, salt okunur interneti temsil etmektedir. Bir başka deyişle önceleri internette yalnızca okumak ve bilgi aramak mümkündü. Ayrıca, kullanıcıların içeriğe katkısı yoktu ve kullanıcı etkileşimi neredeyse yok denecek kadar azdı. Bununla birlikte o dönemlerde çoğu web sitesi sahiplerinin istediği, çevrimiçi ortamda varlığını sürdürmek ve kendi bilgilerinin herhangi bir zamanda herhangi biri tarafından erişilebilir olmasıydı (Güler, 2011: 52). Dolayısıyla, web 1.0 internet teknolojisinin geleneksel medya araçlarından bir farkı olduğu söylenemez.

Web 1.0 teknolojisinde internet kullanıcıları; site sahiplerinin, internet sitelerine koymuş oldukları içeriklerle yetinmek zorundaydı. Bu durum ise, sınırlı bir bilginin varlığını sürdürmesine neden olmaktaydı. Web 1.0, büyük ölçüde bir okuma ve araştırma mecrası olarak değerlendirilmektedir. Web 1.0 ortaya çıktığı dönem için, önemli bir teknoloji olsa da yalnızca teknolojiyle ilgilenen ve maddi açıdan iyi durumda olan insanların ilgilendiği bir oluşum olmuştur. Web 1.0, mevcut düzen ve gündelik yaşam içerisinde, sorunsuz bir ağın başlangıcı olarak görülmektedir (Laughey, 2010: 162-163).

Kullanıcıların içeriğe müdahale ettiği, içerik oluşturduğu, karşılıklı etkileşim ve işbirliği içerisinde hareket edebildiği internet ortamı ise web 2.0 ile ortaya çıkmıştır. Web 2.0 teknolojisi; ekonomik, sosyal ve ileri teknolojik eğilimleri bir araya getirmiş ve gelecek nesil için bir internet teknolojisi oluşturmuştur. Bu teknoloji, daha ileri düzeyde, kullanıcıların katılımını sağlayan bir teknolojiye dönüşmüştür (Güler, 2011: 53). Web 2.0 teknolojisi; “kullanıcı katılımının ön planda olduğu, işbirliğine dayalı ikinci nesil internet sistemini tanımlamaktadır. Getirdiği yenilikler ise; zengin kullanıcı deneyimi, kullanıcı katılımı, dinamik içerik, metadata, açıklık, özgürlük ve kolektif bilinçtir” (Güler, 2011: 54). Web 2.0 ile yeni medyanın özelliklerinden birisi olan, “internet ortamında kullanıcı türevli içerik üretimi olanaklı hale gelmiştir” (Binark, 2012: 170). “Web 2.0’in demokratik yapısı, her tür metin, ses, video içeriğini, etiketi, yorumu karşılıklı değiş tokuş edebilen ve hem iç hem de dış grup sayfalarına bağlantı yapabilen çok büyük sayıdaki iş gruplarının (arkadaş gruplarının) yaratımlarıyla örneklendirilebilir” (Akar, 2010’dan aktaran Binark, 2012: 170).

Facebook, twitter, instagram, vikiler ve sözlükler web 2.0 ile üretilen sitelerdir. Bu sitelerdeki içerikler, bireysel internet kullanıcıları tarafından iş birliği ve ortak katılımı ile üretilmektedir. Bu anlamda, takım taraftarları da bu siteler içerisinde aktif olabilmekte ve kendi takımları ile rakip takımlar hakkındaki düşüncelerini paylaşabilmektedirler.

Sosyal medya, bireylerin kendi iletişim ortamlarını yapılandırdığı toplumsal medya ortamlarıdır. Bireyler, sosyal medya içerisinde, bilgiye ulaşma, takip etmenin yanı sıra, içerik oluşturma ve içeriğe yorum yapma, etiketleme, etiketlenme ve bilgi paylaşma yoluyla kendi kimliklerini de inşa edebilmektedirler (Kayabaş, 2011: 73). Bu bağlamda, sosyal medya sitelerinde yer alan sanal topluluklar içerisinde tüm bu faaliyetler sürdürülebilmektedir.

Sosyal medya siteleri, bireylerin çeşitli ilişkilerle birbirlerine bağlı olduğu yapılardan oluşmaktadır. Günümüzde, ilişki ve deneyimlerin sosyal medya aracılığıyla sürdürüldüğünü söylemek mümkündür. Enformasyon çağında deneyim ilişkilerinin geçirdiği en temel dönüşüm, aslen ilişkinin fiili deneyimin inşa ettiği bir toplumsal etkileşim örüntüsüne geçmesidir. Bugünlerde insanlar davranış modellerine uymaktansa, sosyalleşme biçimi üretmektedirler (Castells, 2007: 503). Dolayısıyla, sosyal medya siteleri bünyesinde yer alan sanal topluluklar içerisinde yeni sosyalleşme biçimleri ortaya çıkmaktadır. Bireyler, bu gruplar üzerinde paylaşılan içerikler üzerinden birbirleriyle etkileşime geçmektedir.

Web 2.0 ve onun özellikleriyle ortaya çıkan sosyal medya, katılımcı kültürün ortaya çıkmasına ve tartışılmasına neden olmuştur. Katılımcı kültür, kültürel öğelerin katılımcı şekilde oluşturulması anlamına gelir. Bu bağlamda web 2.0 ve sosyal medya, katılımcı kültürün varlığını mümkün kılan teknolojik gelişmeler olmuştur. İnternet üzerindeki sanal topluluklar, özellikle katılımcı kültürün yaygınlaşması ve genişlemesine aracı olan topluluklardır. Ancak, her türlü oluşumun taraftarları tarafından oluşturulan sanal toplulukların her zaman katılımcı kültürün özelliklerini göstermediği de söylenebilir. Özellikle, siyaset ve futbolda görülen anti oluşumlar, katılımcı kültür dışında farklı bir kültürel oluşuma dönüşebilmektedir.

Katılımcı kültürün doğasını yaratıcı ifade, yurttaş katılımı, paylaşmak ve toplumsal etkileşim oluşturmaktadır. Ayrıca, katılımcı kültürün kendi içinde yaratıcılığı beslediği de görülmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı olanaklar, katılımcı kültürü besleyerek bireylerin yeni medya ortamlarında yaratıcı formlar oluşturmasını olanaklı kılmaktadır (Karataş ve Binark, 2016: 429). Kuşkusuz, futbol taraftarlarının Facebook üzerinde kurmuş

oldukları taraftar grupları da bireysel internet kullanıcılarının yaratıcı formlar oluşturmalarına katkı sağlamaktadır. Ancak bu noktada; küfür, küçük düşürme ve alaya alma durumlarının hangi çerçevede değerlendirileceği bir soru işaretidir.

Henry Jenkins'e göre, katılımcı kültür, taraftarların ve diğer tüketicilerin yeni içeriğin yaratılması ve yayılmasına aktif olarak katılmaya davet edildiği kültürdür (2008'den Akt., Dağtaş ve Yıldırım, 2017: 18). Jenkins'e göre katılımcılık, "ortak çalışma ve katılımcılığın yeni biçimlerini" (2008'den Akt., Dağtaş ve Yıldırım, 2017, 18) kapsar. Kaldı ki, "Web gittikçe tüketici katılımcılığının bir sitesi haline gelmiştir" (Jenkins, 2008'den Akt. Dağtaş ve Yıldırım, 2017: 18). Kuşkusuz, Jenkins'in katılımcı kültür ile ilgili söyledikleri doğrudur. Ancak; katılımcı kültür sadece kültürel göstergelerin ve anlam yaratımlarının üretilmesiyle ilgili değildir. Burada ekonomi politik ilişkiler ve anlamların yozlaşması üzerinde de durulmalıdır.

Katılımcı kültür, popüler kültür bağlamında da değerlendirilmektedir. Jenkins, popüler kültürdeki direnişe önem vermektedir. Bunu katılımcı demokrasiyle de ilişkilendiren Jenkins, aktif taraftarlığa vurgu yapmaktadır (Jenkins, 2008'den Akt. Dağtaş ve Yıldırım, 2017: 20). Ancak, kültür içinde geliştiği toplumun yaşam biçimi ve üretim ilişkilerini, sosyo-politik yapısını yansıtan bir olgu olarak karşımıza çıktığı için onu anlamak ve anlamlandırmak kültürün içinde geliştiği toplum yapısının anlaşılmasını gerektirmektedir. Popüler kültürün toplumda egemen ideolojik ve ekonomik yapıyı elinde bulunduranlar tarafından ürettirildiği dikkate alındığında söz konusu toplum yapısının anlaşılması daha da önem kazanmaktadır. Bir başka deyişle, popüler kültürün ne olduğunu ve nasıl üretildiğini anlamak için onu ekonomi-politik bağlamı içinde değerlendirmek gerekmektedir. Bu bağlamda, popüler kültürün üretildiği anın ve popüler kültürün gerisinde yer alan ekonomi politik ilişkilerin açıklanması oldukça önemlidir (Ünalın ve Özer, 2018: 265).

Bu bağlamda, facebook sosyal medya sitesi üzerindeki taraftar grupları da popüler kültür bağlamında değerlendirilebilir. Öncelikli olarak futbolun bir popüler kültür ürünü olduğunu söylemek gerekir. Ayrıca, taraftarlık kendi içerisinde bir direniş unsuru da taşımaktadır. Ancak, katılımcı kültür ile oluşturulan sanal toplulukların, özellikle mizahi unsurları ön plana çıkarması, içerisinde var olan direnişi de azaltmaya neden olmaktadır. Jenkins, katılımcılığı sadece kültürel olarak açıklamaktadır. Dolayısıyla; siyasal, ekonomi politik ve kültürel boyutlara sahip bir kavram olan katılımcı demokrasi kavramını görmezden gelmektedir. Jenkins'in tanımı ve "katılımcı kültür" kavramını kullanım şekli, bu yüzden katılımcı

demokrasi bakış açılarını yok saymaktadır. Jenkins, platformların/şirketlerin mülkiyeti, kolektif karar verme, kâr, sınıf, artı değerın sömürüsü ve maddi çıkarın bölüşümü hakkındaki sorgulamaları görmezden gelmektedir (Fuchs, 2016: 81). Kaldı ki, taraftar gruplarının facebook üzerinden faaliyette bulunması ve etkin olması, ticari bir platform olarak facebook şirketine katkı sağlamaktadır. Bu anlamda, içerisinde direniş ve başkaldırı taşıyan taraftarlık, sosyal medya aracılığıyla farklı amaçlara hizmet etmektedir. Ayrıca, anti taraftar gruplarındaki mizahi yön ve alay etme unsurları, taraftarlığın değerini düşürme aracı olmaktadır.

Christian Fuchs'a göre, gerçekten katılımcı bir medya demokrasisi aynı zamanda bir mülkiyet demokrasisi de olmalıdır (Fuchs, 2016: 82). Eş deyişle, bir internet sitesinin mülkiyeti, internet kullanıcılarına da ait olmalıdır. Fuchs, katılımcı demokrasi ile ilgili çözümlerini ekonomi politik anlamda yapmaktadır. Dolayısıyla, katılımcı demokrasi ile ilgili çözümlerinde kültürel üretim pratiklerinin nasıl üretildiği görmezden gelinmemelidir.

Katılımcı demokrasi ve onun yarattığı kültürü yücelten söylemler karşısında, internet kültürünün ekonomi politikten bağımsız şekilde değerlendirilmemesi gerekir. İnternet mecraları, çok uluslu şirketlerin sahipliğinde ilerlemektedir. Bu şirketler, internet mecralarını denetler ve organize eder. Ayrıca, sosyal medya bir kültür endüstrisi ürünüdür (Dağtaş ve Yıldırım, 2017: 19). Günümüzde sosyal medya, çok yönlü şekilde değerlendirilmesi gereken bir mecraya dönüşmüştür. Sosyal medya içerikleri, internet kullanıcıları tarafından üretilmekte ve aynı zamanda tüketilmektedir. Sosyal medya hesapları olan bireyler, gönüllü şekilde çalışan işçilere dönüşmekte ve sosyal medya sahiplik mekanizmasının sermaye birikimine aracı olmaktadır. Bu nedenle, sosyal medya siteleri ve sosyal medya mecraları üzerinden üretilen içeriklerin ekonomi politik ilişkilerden bağımsız şekilde değerlendirilmemesi gerekmektedir.

Facebook, sosyal medya mecraları içerisinde teknik anlamda “sanal grup” ve “sanal topluluk” oluşumuna daha kolay şekilde izin veren bir sosyal medya sitesidir. Facebook içerisinde, farklı ilgi alanları üzerinde oluşturulmuş farklı gruplar bulunmaktadır. Bunlardan biri de taraftar gruplarıdır. Pek çok takımın Facebook üzerinde, taraftarları tarafından oluşturulmuş sanal toplulukları bulunmaktadır. Bu taraftar toplulukları da katılımcı kültür ile oluşturulmakta ve bu şekilde işlemektedir. Christian Fuchs, taraftar gruplarının katılımcı kültürün yanında faşist bir kültürü de oluşturabileceğini söylemektedir. Bunu örneklendirmek için de Almanya'da internet üzerinde kurulan Ultras Futbol sitesini örnek vermektedir.

Taraftarlığın kendi özünde farklı unsurları barındırdığını belirten Fuchs; site üzerinde ırkçı ve ayrıştırıcı söylemlerin inşa edildiğini ifade etmektedir (Fuchs, 2016: 87).

İnternet teknolojilerinde yaşanan hızlı değişim ve yükselme, kullanıcının ön planda olduğu ve kullanıcı odaklı internet mecralarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu anlamda; web 2.0 teknolojisi ile ortaya çıkan sosyal medya, bireylerin içerik üretmelerini sağlamıştır. Bu içerik, bireysel internet kullanıcılarının ortak katılımıyla, eş deyişle işbirliği ile oluşturulabilmektedir. Bireysel internet kullanıcılarının ortak işbirliği ile oluşturduğu bu içerikler, “katılımcı kültür” olarak kavramsallaştırılmaktadır. Bu noktada, katılımcı kültürün hem olumlu hem de olumsuz yönlerinin olduğunu söylemek gerekmektedir. İnternet mecraları üzerinde oluşturulan taraftar grupları da katılımcı kültür bağlamında ortaya çıkmaktadır. Türkiye’de iki ezeli rakip olan, Fenerbahçe ve Galatasaray taraftar gruplarının anti oluşumları da bulunmaktadır. Bu takımların anti taraftar gruplarının katılımcı kültür ekseninde oluşturduğu içeriklerin incelenmesi taraftarlık kültürü ve fanatizm açısından oldukça önemlidir. Bu yüzden, kuramsal bölümün ikinci başlığında taraftarlık, taraftarlık kültürü ve fanatizm üzerinde durulmuştur.

1.2. Taraftarlık ve Taraftarlık Kültürü

TDK’ye göre, “taraftar” iki anlama gelmektedir. Bunlardan ilki; yandaş anlamındadır. İkinci anlam ise; sporcunun veya sporcuların temsil ettikleri renklere, kulübe veya bayrağa bağlı kimsedir.⁴ Bu çalışmada, taraftarlık TDK’deki ikinci anlamıyla kullanılmıştır.

Kapitalist sistem, materyal bir hayatı da beraberinde getirmiştir. Bu sistem içerisinde futbol da oldukça önemlidir. Materyal hayat içerisinde, taraftar kitleleri de üretilmektedir. Statta, kahvede ve evde taraftar kitleleri üretilmeye devam etmektedir (Erdoğan, 2008: 6). Günümüzde, bu taraftar kitlelerinin üretimi sosyal medya mecralarına da taşınmıştır.

Taraftarlığın en önemli işlevlerinden biri, psikolojik üstünlük yoluyla farklı takım taraftarlarını ezmeye çalışmaktır (Erdoğan, 2008: 39). Bu anlamda, Galatasaray ve Fenerbahçe kulüpleri arasında bu psikolojik üstünlük kurma çabaları yoğun şekilde devam etmektedir. Taraftar grupları; farklı mecralar aracılığıyla, birbirlerine zıt olan alt gruplara ayrılmaktadır. İnternet de buna aracı olur. Taraftarlıkta, sürekli olarak bir farklılık ve karşıtlık inşa edilmektedir. Bu noktada dışlanma ve düşmanlık da ortaya çıkmaktadır (Erdoğan, 2008: 47-50). Taraftarlık içerisinde, ayrıştırıcı ve düşmanca tavırların ortaya çıktığı söylenebilir.

⁴http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=TARAFTAR (Erişim Tarihi: 13.11.2018).

Günümüzde sosyal medya bunu arttırmaktadır. Çünkü sosyal medya üzerinden, bireyler birbirlerine daha rahat hakaret edebilmekte veya düşmanca tavır sergileyebilmektedir.

Futbol taraftarlığı, beraberinde farklı bir kültürü ve ilişkileri de oluşturmaktadır. Taraftarlık kavramında, öncelikli olarak bir kolektivite vardır. Bu kolektivite, yalnızca maç günleri aynı stadi doldurmak, aynı maçı izlemek gibi bir durum değildir. Taraftarlık, bunlara ek olarak ilişki ağları içerisinde olmayı gerektirmektedir. Bu anlamda ilişki ağı; ortak hafıza, ortak dil, ortak tutum alış ve diğer taraftarlarla oluşturulan kamusal alandır. Bu ilişki ağlarında, ortak futbol kulübünü tutanların birlikteliği aşılmakta ve bu ağlardan ortaya çıkan özgün bir grup oluşmaktadır. Bu gruplarda salt takım tutmayı aşan farklı bir ortak kültür oluşmaktadır. İçinde şenliğin, hüznün, dayanışmanın beraberce yaşandığı bir sosyallik ve 'sahada olanlar dışında' bir kolektif hafıza taraftarlığın en önemli koşullarından birisidir (Aydın, vd., 2008: 300). Sosyal medya üzerinde oluşturulan taraftar grupları, tam da bu açıklamaya uygun şekilde varlığını sürdürmektedir. Sosyal medyadaki taraftar grupları; ortak bir hafıza, dil ve tutum ile hareket ederek, iş birliği ile oluşturulmuş bir kültür ortaya çıkarmaktadırlar. Bu noktada, katılımcı kültür ile oluşturulan taraftar grupları içerisinde; rakip takımlarla alay etme ve kendi takımına karşı yergi yoğun şekilde görülmektedir.

Fanatizm olgusu ise, taraftarlıktan farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Fanatizm; bir kimseye veya bir şeye aşırı derecede düşkünlük, tutkuyla bağlılık, taassup ve bağımlılık anlamında kullanılmaktadır.⁵ Bu anlamda fanatizm, sadece futbolda değil, farklı çerçevelerde de ortaya çıkmaktadır.

Herhangi bir takımın taraftarı olmak, bir dinin mensubu olmak ya da bir siyasi partinin yandaşı olmak durumlarında birtakım benzerlikler söz konusudur. Taraftar olan kişi belli bir noktadan sonra mantığı ile değil duyguları ile hareket etmeye başlayabilir. Tuttuğu spor kulübü başarısız neticeler alsa da desteklediği siyasi bir parti seçimlerde hezimetlere uğrasa ya da amacından sapsa da taraftar olan kişi onu desteklemekten geri kalmayabilir. Kişinin ya da taraftarın desteklediğine karşı olan sempatisi kimi zaman haddini aşabilmektedir. Başarı ya da başarısızlıklarda sevinç ve hüznler üst seviyelere çıkabilir. Esasen fanatizm olgusunun kendisini hissettirmeye başladığı nokta da burasıdır (Ayan, 2006: 200). Özellikle futbolda, zaman zaman sevinç ve hüznler üst noktalara çıkabilmektedir. Kazanılan bir maç sonrası silahla havaya ateş açma veya kaybedilen bir maç sonrası takım otobüsünün taraftarlar

⁵<https://www.seslisozluk.net/fanatizm-nedir-ne-demek/> (Erişim Tarihi: 14.11.2018).

tarafından taşlanması, medyada sıklıkla rastlanan haberlerdendir. Kuşkusuz, sosyal medyadaki taraftar gruplarının bu şekilde somut tehlikeleri ortaya çıkmamaktadır. Ancak bu sitelerde de hakaret ve nefret söylemi gibi durumlar oluşabilmektedir.

Fanatizm, en çok sporda ortaya çıkmaktadır. Sporun rekabete ve kazanmaya dayalı yapısı, tarih boyunca insanlar arasında birtakım mücadelelere yol açmıştır. Spor, zaman zaman bazı güzellikleri getirse de spor müsabakalarının düşmanlıkları doğurduğu veya körüklediği zamanları da vurgulamak gerekmektedir. Spordaki kazanma mücadelesine kendisini kaptıran sempaticiler bu mücadeleyi oyun sahası dışına da taşıyabilmektedirler. Bu noktada, spor karşılaşmaları içerisinde futbolu da ayrı bir yere koymak gerekmektedir. Dünyanın hemen her bölgesinde en çok ilgi gören spor dalı futboldur. Dolayısıyla futbol, en çok taraftarı ve fanatığı içerisinde barındıran spor dalıdır (Ayan, 2006: 201-202). Bu anlamda sosyal medya, fanatizmin sürdürüldüğü bir ortam haline de gelmiştir. Türkiye’de maç günlerinde, özellikle twitter mikro blog sitesinin gündeminde futbol yoğun şekilde yer almaktadır. Facebook üzerindeki sanal taraftar gruplarının siteleri üzerinden de sıklıkla paylaşımlar yapılarak, spor müsabakası dışında farklı kültürel öğeler üretilmektedir.

Özetle, taraftarlık bütünsel anlamda değerlendirilmesi gereken bir olgudur. Spor müsabakasının zamanları dışına çıkan taraftarlık; farklı ilişki, iletişim ve kültürel öğelerin ortaya çıkmasına aracı olur. Özellikle, internet ve yeni teknolojilerin ortaya çıkmasıyla sanal taraftar grupları da kültürel öğelerin oluşturulduğu bir platforma dönüşmüştür. Bu taraftar gruplarının sosyal medya üzerinden ürettikleri içeriklerin katılımcı kültürü destekleyip, desteklemediğini incelemek önem taşımaktadır.

2. Bulgular ve Yorumlar

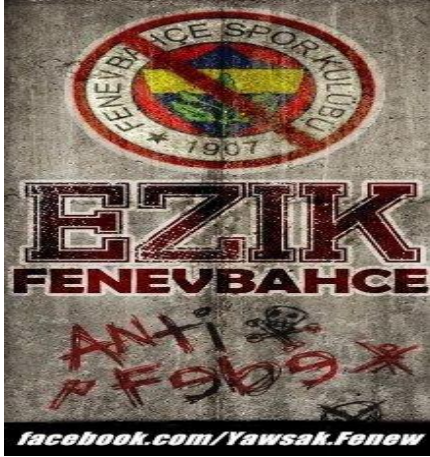
Bu bölümde elde edilen bulgular “Rakip Takım ile Alay” ve “Kendi Takımına Hiciv” başlıkları altında ayrı ayrı değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

2.1. Rakip Takım ile Alay

“Alay” sözcüğü bir kimsenin, bir şeyin, bir durumun, gülünç, kusurlu, eksik vb. yönlerini küçümseyerek eğlence konusu yapma anlamına gelmektedir. Bunun eyleme dönüşmesi ise “alay etmek” olarak tanımlanmaktadır.⁶

⁶http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5bebf3a0485b26.19152991
(Erişim Tarihi: 14.11.2018).

Gruplar özelinde bakıldığında Anti Fenerbahçe grubunda, Fenerbahçe Spor Kulübü'nün “fenev, dansöz, tinerciler” sözcükleri ile etiketlendiği görülmektedir. “Fenev” sözcüğü eski Fenerbahçe Spor Kulübü başkanlarından Aziz Yıldırım'ın “ı” harfini söyleyememesine karşı yapılan bir alaydır. Öyle ki grubun profil fotoğrafında da “Fenevbahçe” yazmaktadır.



Şekil 1: Anti-Fenerbahçe sayfası profil fotoğrafı



Şekil 2: Anti Fenerbahçe sayfası 21 Ekim 2018

Şekil 1'deki “ezik” ve “ya...k” ifadeleri de yine Fenerbahçe'yi aşağılamak için kullanılmış sözcükler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda, Anti Galatasaray taraftar grubuna bakıldığında ise “kız tarafı, Fatoş Hoca, kocanız” gibi ifadelerin ağırlıklı olarak kullanıldığı, ayrıca Galatasaray'ın “cincon” olarak da nitelendirildiği görülmektedir. “Kız tarafı, Fatoş, kocanız” gibi sözcükler eril sözcüklerdir. Eril dil, bazı dillerde erkek cinsten sayılan sözcükler anlamına gelmektedir.⁷ Bilinç düzeylerinin bir yansıması olan dil, ayrımcı tutumların ilk olarak dışa vurulduğu yerdir. Her ne kadar Türkçe, dilbilgisi açısından cinsiyet ayrımı olan bir dil olmasa da sosyolojik olarak eril toplumun farklı bakış açıları dile yansımaktadır.⁸ Bununla birlikte ataerkil toplumlarda kadının hem kültürel hem de dilsel kodlar açısından bakıldığında “öteki” olarak konumlandırıldığını söylemek mümkündür (Ataseven, 2017: 92). Dolayısıyla taraflar grupları arasında bu sözcüklerin rakip takım taraftarlarını aşağılamak, ötekileştirmek amacıyla kullanıldığını ve taraftar jargonunun⁹ bir parçası olduğunu söylemek mümkündür.

⁷http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori=veritbn&kelimesec=114931 (Erişim Tarihi: 19.11.2018)

⁸ <http://www.dusunuyorumdergisi.com/eril-dil-turkce-ve-felsefe/> (Erişim: 19 Kasım 2018)

⁹http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_karsilik&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5bf292ffa9c028.89517993 (Erişim Tarihi: 19.11.2018)



Şekil 3: Anti Galatasaray sayfası, 2 Kasım 2018



Şekil 4: Anti Galatasaray sayfası, 2 Kasım 2018

Grupta Galatasaray'ın “kız tarafı” olarak nitelendirilmesi yalnızca admin paylaşımlarında değil paylaşımlara yapılan yorumlarda da sıkça vurgulanmaktadır.



Şekil 5: Anti Galatasaray sayfası, 2 Kasım 2018

Anti-Galatasaray sayfasındaki dikkat çeken bir başka paylaşım ise Galatasaray ve Beşiktaş karşılaşması için “Elspastico” ifadesinin kullanılmasıdır. Bu noktada her iki takımın da aşağılanmaya çalışıldığını söylemek mümkündür. Elspactico, İspanya ligi üzerinden oluşturulmuş bir ifadedir. İspanya’da, Barcelona ve Real Madrid takımlarının karşılaşmaları El-clasico olarak tanımlanmaktadır. Burada ise, “spastik” kelimesi üzerinden alaycı bir ifade oluşturulmuştur. Spastik; özürlü veya sakat kimse anlamına gelmektedir.¹⁰ Bu anlamda, toplumdaki spastik bireylerin aile ve yakınlarının ne düşüneceği umursanmadan bu ifade oluşturulmuştur.

¹⁰<https://www.nedir.com/sipastik> (Erişim Tarihi: 19.11. 2018).



Şekil 6: Anti Galatasaray sayfası, 29 Nisan 2018

Görselde dikkat çeken bir başka ayrıntı ise Beşiktaş'ın “8eşiktaş” şeklinde yazılmış olmasıdır. Beşiktaş'ın 06.11.2007 tarihinde oynadığı maçta Liverpool'a 8-0 yenilmesine gönderme yapılarak rakip takımla alay edilmektedir. Anti Galatasaray sayfasında yalnızca Galatasaray ile değil Beşiktaş ile de alay edilmekte ve aşağıdaki görselde de görüldüğü gibi Beşiktaş taraftarları “tinerci” olarak adlandırılmaktadırlar. Beşiktaş taraftarına tinerci denmesine ilişkin farklı nedenler bulunmaktadır. Bunlardan biri Beşiktaş mağazasındaki mankenin tinerciye benzetilmesi, diğeri Beşiktaş'taki kartal heykelinin etrafında çok fazla tinerci olması, bir diğeri ise yabancı spor yorumcularının Beşiktaş taraftarını “teenager” olarak ifade ettikleri, Türkiyeli taraftarların ise zamanla bu sözcüğü “tinerci”ye dönüştürdüğü yönündedir.¹¹



¹¹ <https://eksisozluk.com/besiktas-taraftarina-tinerci-denmesinin-nedeni--5011358> (Erişim Tarihi: 19.11.2018).

Şekil 7: Anti Galatasaray sayfası, 8 Ağustos 2018

Sebebi her ne olursa olsun söz konusu ifadenin taraftar grupları arasında kabul gördüğü ve sıkça kullanıldığı dikkat çekmektedir. Öyle ki artık yalnızca Beşiktaş taraftarı için değil, Galatasaray ve Fenerbahçe taraftarları için de kullanılmaktadır. Yalnızca yukarıdaki görselde değil hem Anti Fenerbahçe hem de Anti Galatasaray sayfalarındaki yorumlarda bu ifadeye sıkça rastlanmaktadır. Dolayısıyla ötekileştirici ifadelerin taraftar grupları arasında kabul gördüğünü/benimsendiğini ve rakip takımla alay etmek için yaygın bir biçimde kullanıldığını ve çalışmanın kuramsal temelinde de değinildiği gibi bu söylemin taraftarlık kültürünün bir parçası olduğunu söylemek mümkündür.

Taraftar gruplarının rakip takıma yönelik alay konusu ettikleri bir başka nokta ise geçmiş yenilgilerdir. Özellikle Anti Galatasaray sayfasında Fenerbahçe ile Galatasaray arasında 6 Kasım 2002 tarihinde oynanan ve Fenerbahçe lehine 6-0 sonuçlanan maça oldukça fazla gönderme yapılmaktadır. Öyle ki, 8 Kasım 2018 tarihinde yapılan bir paylaşımda bile bahsi geçen maç hatırlatılmakta ve milli bayramla özdeşleştirilmektedir. Bu yenilgiye gönderme yapılarak Anti Galatasaray sayfasındaki paylaşımlarda Galatasaray'ın baş harfi "6" olarak yazılmaktadır. Çalışmanın kuramsal temelinde de belirtildiği gibi taraftar gruplarında ortak bir hafıza ve dil oluşmaktadır. Anti taraftar sayfalarında yapılan bu paylaşımlar da bunun bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır.



Şekil 8: Anti Galatasaray sayfası, 6 Kasım 2018



Şekil 9: Anti Galatasaray sayfası, 6 Kasım 2018

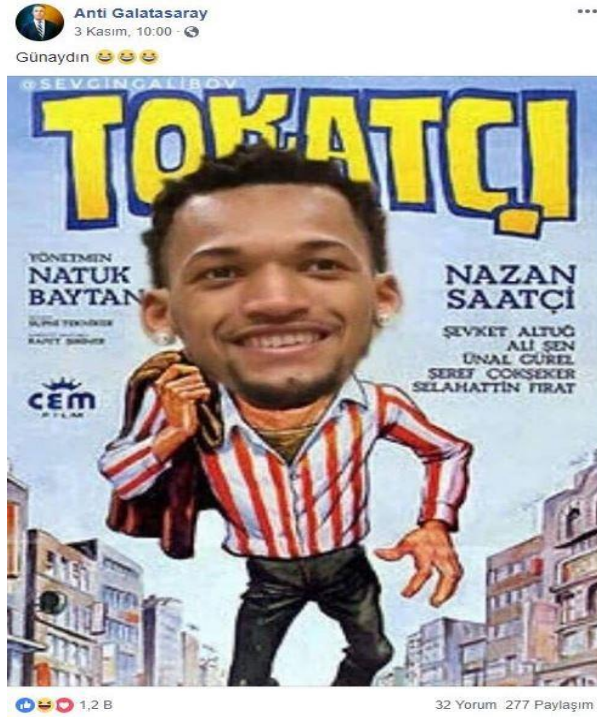
Bir yandan halen bu maça gönderme yapılarak Galatasaray ile alay edilirken diğer yandan üzerinden 16 yıl geçmesine rağmen halen bu yenilgiye gönderme yapılıyor olması hem Fenerbahçe hem de Galatasaray taraftarlarından tepki almaktadır.



Şekil 10: Anti Galatasaray sayfası, 6 Kasım 2018

Fenerbahçe taraftarları “6-0 olmasaydı neyi öne sürecektik” derken Galatasaray taraftarı, 11.05.2005 tarihinde oynanan ve Fenerbahçe’yi 5-1 yendikleri Türkiye Kupası maçını hatırlatmakta ve Fenerbahçe taraftarının Galatasaray’ın özellikle Avrupa kupalarındaki başarılarını hazmedemedikleri için sürekli 6-0’ı öne sürdüğüne vurgu yapmaktadır. Dolayısıyla her iki takım taraftarı da yapılan alaylı paylaşımlar altında sürekli birbirlerine karşı argümanlar geliştirmekte ve birbirlerinin başarısız noktalarını öne çıkararak takımlarını savunmaktadırlar. Bu rekabetin stadyum dışında internet teknolojilerinin sağladığı ortamlarda gerçekleşmesi Jenkins’in “katılımcı kültür” kavramsallaştırmasını örneklendirmektedir. Bu noktada taraftarlık kültüründe yer alan “psikolojik üstünlük yoluyla rakip takım taraftarlarını ezmeye çalışma” anlayışı da karşımıza çıkmaktadır.

Anti Galatasaray sayfasında dikkat çeken bir başka nokta ise 2 Kasım 2018 tarihinde oynanan ve 2-2 berabere biten Galatasaray-Fenerbahçe maçına ilişkin paylaşımlardır. Özellikle maç sonrası çıkan olaylarda Fenerbahçeli futbolcu Jailson’ın Galatasaraylı Belhanda’ya attığı tokada ilişkin paylaşımlar bulunmaktadır. Tokaçtı filminin afişi kullanılarak Jailson da “tokaçtı” olarak nitelendirilmekte, ayrıca Belhanda’nın bu tokadı hak ettiğine vurgu yapılmaktadır.



Şekil 11: Anti Galatasaray sayfası, 3 Kasım 2018

Bu afiş altında yapılan yorumlara bakıldığında ise Jalison'un hareketinin çoğunlukla eleştirildiği dikkat çekmektedir. Fenerbahçeli taraftarlar da hangi rakip takımın futbolcusuna yönelik yapılmış olursa olsun bir sporcuya yakışmadığı gerekçesiyle Jalison'u eleştirmektedirler. Bu durum taraftarlık kültüründe, her ne olursa olsun takımını desteklemenin değil, yeri geldiğinde eleştirebilmenin de olduğunu göstermektedir.

Anti Fenerbahçe sayfasına bakıldığında ironik paylaşımların olduğu dikkat çekmektedir. Aşağıdaki görsellerde görüldüğü gibi sözü beklenmedik bir biçimde bitirerek Fenerbahçe'yi alaya aldıkları görülmektedir.



Şekil 12: Anti Fenerbahçe sayfası, 22 Ekim 2018



Şekil 13: Anti Fenerbahçe sayfası, 10 Ekim 2018

İncelemeye alınan sayfalara bakıldığında Anti Fenerbahçe sayfasında Fenerbahçe'nin yalnızca yenilgileri üzerinden değil, farklı noktalardan alaya alındığı görülmektedir. Eski Fenerbahçe Teknik Direktörü Vitor Cocu, Başkan Ali Koç da paylaşımlara konu olmaktadır. Özellikle Ali Koç, başkan olduktan ve Vitor Cocu teknik direktörlüğe geldikten sonra yaşanan başarısızlıklarla alay edilmekte, yenilgiler sonucunda “Ali Koç ağlıyor” paylaşımları yapılmaktadır.

Katılımcı Kültür Tartışmaları Bağlamında Facebook'taki Anti Fenerbahçe ve Anti Galatasaray Taraftar Grupları Üzerine Bir Değerlendirme

Ozan YILDIRIM
Duygu ÜNALAN



Şekil 14: Anti Fenerbahçe sayfası, 4 Ekim 2018



Şekil 15: Anti Fenerbahçe sayfası, 13 Ekim 2018

Anti Fenerbahçe sayfasında dikkat çeken bir başka paylaşım ise Fenerbahçe Tarihi kitabına ilişkindir. Aşağıdaki görselde de görüldüğü üzere “Tarih mi dediniz” sözü ve boş sayfa ile aslında Fenerbahçe’nin bir tarihi olmadığına vurgu yapılmaktadır.



Şekil 16: Anti Fenerbahçe sayfası, 15 Ağustos 2018

Buna karşılık Anti Galatasaray sayfasında Galatasaray’ın daha çok yenilgileri üzerinden alay konusu yapıldığı görülmektedir. Her iki sayfada da kuvvetli bir mizah anlayışının olduğu görülmekle birlikte Anti Fenerbahçe sayfasında bu mizah anlayışının çok daha fazla öne çıktığı dikkat çekmektedir. Taraftarlık kültürü açısından değerlendirildiğinde mizahın bu

kültürde önemli bir yeri olduğunu söylemek mümkündür. Rakibi mizah yoluyla iğnelemek ya da yermek bu kültürün bir parçasıdır. Rekabetin sosyal medya ortamlarında gerçekleşmesi ise taraftarlara farklı platformlarda kendini ifade etme, takımını farklı mecralarda destekleme olanağı sunmaktadır.

2.2. Kendi Takımına Yergi

“Yergi” bir kimseyi, bir toplumu, bir düşünceyi, bir nesneyi, bir göreneği yermek için yazılmış yazı ya da söylenmiş söz, hiciv anlamına gelmektedir.¹² Dolayısıyla “yergi”, içinde eleştiri barındırmaktadır. Bir kimsenin, bir toplumun, bir düşüncenin vb. küçümsenerek eğlence konusu yapılmasının ötesinde “yergi” eleştirel bir bakışı ifade etmektedir.

İnceleme kapsamına alınan sayfalara bakıldığında daha çok Anti Galatasaray sayfasında, kendi takımına yergi olduğu görülmektedir. Özellikle Teknik Direktör Vitor Cocu ve alınan başarısız sonuçlar yerilmektedir. Şunu da belirtmek gerekir ki bu yergi tamamen mizahtan uzak değildir. Mizahla harmanlanmış bir yergi olduğu görülmektedir.



Şekil 17: Anti Galatasaray sayfası, 21 Ekim 2018



Şekil 18: Anti Galatasaray sayfası, 28 Ekim 2018

Görsellerde de görüldüğü gibi Fenerbahçe taraftarı alınan yenilgileri Cocu üzerinden eleştirmektedir. Fotoğraf altlarına yapılan yorumlarda eleştiri dozunun arttığı ve küfürlü ifadelerin sıkça kullanıldığı görülmektedir.

¹²http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5bebc6116a7618.17116321 (Erişim Tarihi: 14.11.2018).



Şekil 19: Anti Galatasaray sayfası, 28 Ekim 2018

Anti Galatasaray sayfasında Fenerbahçe taraftarının kendi takımına yönelik eleştirilere sıkça yer vermesi dikkat çekmektedir. Anti Galatasaray sayfası, Anti Fenerbahçe sayfasına dönüşmüş görünmektedir. Elbette Galatasaray ya da diğer takımlarla alay eden paylaşımlar bulunmaktadır ancak Fenerbahçe'yi eleştiren paylaşımların da bu kadar çok olması taraftarlık kültüründeki ortak tutum alışın bir göstergesi olarak yorumlanabilir. Taraftarlar yalnızca rakip takıma yönelik değil, kendi takımlarına karşı da ortak bir dil geliştirebilmekte ve davranış sergileyebilmektedirler. Paylaşımlarda dikkat çeken bir başka nokta ise özellikle yorumlarda nefret söyleminin fazla olmasıdır. Takımın ya da bireysel olarak futbolcuların başarısızlıkları kimi zaman hakaret boyutlarında eleştirilirken taraftarların birbirlerini de benzer söylemlerle eleştirdikleri görülmektedir.



Şekil 20: Anti Galatasaray sayfası, 17 Ekim 2018



Şekil 21: Anti Galatasaray sayfası, 18 Ağustos 2018

Fenerbahçe taraftarı, kendi takımını eleştirirken mizahı da bırakmamakta ve gerek teknik direktör gerek futbolcular gerekse eski ve yeni yönetime ilişkin mizahi paylaşımlarda bulunmaktadır. Yukarıdaki görselde kaleci Volkan Demirel'in performansına yönelik alay bulunurken sayfada Aziz Yıldırım'a yönelik paylaşımlara da dikkat çekilmektedir.



Şekil 22: Anti Galatasaray Sayfası, 3 Haziran 2018



Şekil 23: Anti Galatasaray Sayfası, 20 Mayıs 2018



Şekil 24: Anti Galatasaray sayfası, 30 Mart 2018

Yukarıdaki paylaşımlarda da görüldüğü gibi Aziz Yıldırım, bir yandan alay konusu olurken sözlerinin arkasında durmaması nedeniyle bir yandan da eleştirilmektedir. Anti Fenerbahçe sayfasına bakıldığında ise Galatasaray taraftarının kendi takımını eleştirisinin Fenerbahçe taraftarından daha az olduğu görülmektedir. Kendi takımına yergi, birkaç paylaşımına konu olmuştur. Özellikle Belhanda üzerine yapılan paylaşımlar dikkat çekmektedir.



Şekil 25: Anti Fenerbahçe sayfası, 28 Ekim 2018



Şekil 26: Anti Fenerbahçe sayfası, 4 Ekim 2018

Belhanda'nın düşük performansına ve ciddiyetsiz olduğuna ilişkin yapılan paylaşımların altındaki yorumlarda da Belhanda'nın düşük performansı sayısal olarak ortaya koyulmakta ve eleştirilmektedir. Dolayısıyla Anti Galatasaray sayfasında olduğu gibi taraftar grupları sayfalarında mizahla birlikte ciddi eleştirinin de olduğu görülmektedir. Bu durum taraftarlık kültüründe yeri geldiğinde takımını eleştirmenin bu kültürün bir parçası olduğunu göstermektedir. Galatasaray'da forvet oyuncusu olmaması ise bir başka paylaşım ile eleştirilmekte, aynı zamanda alaya alınmaktadır. Dolayısıyla taraftarların kendi takımlarındaki sorunlara ilişkin eleştirileri de ağ üzerinden kolektif bir biçimde dile getirilmekte, ortak bir dil geliştirilmektedir.



Şekil 27: Anti Fenerbahçe sayfası, 14 Ekim 2018

Yukarıdaki paylaşımlardan yola çıkılarak özetle söylemek gerekirse, yergide alaydan farklı olarak zeka ve mizah unsurları daha çok ön plana çıkmaktadır. Paylaşımlar yalnızca yermek amacıyla söylenen sözler olmanın ötesinde ince bir mizah anlayışını barındırmaktadır. Dolayısıyla yerginin zeka ve mizahın harmanlanması olduğunu söylemek mümkündür.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada, Facebooktaki Anti Fenerbahçe ve Anti Galatasaray taraftar gruplarının katılımcı kültür kapsamında değerlendirip değerlendirilemeyeceği sorunsalından hareket edilmiştir. Çalışmada internet ortamları üzerinden oluşturulan taraftar ve anti taraftar gruplarını katılımcı kültür kapsamında değerlendirmek amaçlanmıştır. Bu bağlamda facebooktaki, Galatasaray ve Fenerbahçe anti taraftar gruplarında yapılan paylaşımlar “rakip takım ile alay ve “kendi takımına yergi” kategorileri altında değerlendirilmiştir.

Katılımcı kültür, bireysel internet kullanıcılarının ağ üzerinden buluşarak içerik yaratması ve bu içerikleri paylaşması olarak ele alınmıştır. Bu bağlamda taraftar grupları tarafından oluşturulan sayfalar bu kültürün işlediği önemli mecralar olarak değerlendirilebilir. Taraftarların rakip takıma ve kendi takımlarına yönelik bazen alay bazen de yergi içeren paylaşımlarda bulunabildikleri, ortak bir dil oluşturabildikleri bu mecralar, taraftarlık kültürünün stadyum, kahve, ev vb. alanlar dışında farklı kamusal alanlara taşınmasını da sağlamıştır. Bu bağlamda, internet mecraları, özellikle sosyal ağlar, taraftarlık kültürünün sürdürüldüğü bir kamusal alan olarak değerlendirilebilir.

Bununla birlikte, yapılan paylaşımlarda özellikle küfürlü ifadelerin sıkça kullanılması çalışmanın kuramsal temelinde de değinildiği gibi taraftarlığın değerini düşüren bir nokta olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, taraftarlık dilinin eril olduğunu ve kendine özgü bir sözcük dağarcığı/jargon oluşturduğunu ve bu dilin de sosyal medya ortamlarındaki anti taraftar gruplarında canlılığını koruduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla, taraftarlık kültürü içerisinde oluşan bu kamusal alanın; iletişimsel eylem bağlamında tam olarak işlemediği söylenebilir.

Yapılan paylaşımlarda dikkat çeken bir diğer nokta ise tuttuğu takım başarısız sonuçlar olsa da taraftarların takımı desteklemekten vazgeçmeyerek takımı eleştiren diğer taraftarlara hakaret ve nefret söylemleri ile karşılık vermeleridir. Bu durum, taraftarlık kültürünün zaman zaman rasyonel düşünceden uzaklaştığını da gözler önüne sermektedir. Kendi takımının, yine kendi takım taraftarları tarafından eleştirilmesine tahammülsüzlük, aynı zamanda fanatizmin de bir göstergesidir. Dolayısıyla fanatizm sosyal medya ortamlarında sürdürülebilir duruma gelmiştir. Bu çalışma özelinde, futbol fanatizminin sosyal medya ortamlarında var olduğu söylenebilir.

Özetle söylemek gerekirse taraftar gruplarının etkileşim içinde içerik üretmelerine olanak sağlayan sosyal medya ortamları, taraftarlık kültürünün stadyum dışında da devamlılığını sağlayan önemli mecralar haline gelmiştir. Katılımcı kültürün gerçekleştiği bu mecralarda spor müsabakalarının dışında da içerikler paylaşılarak farklı kültürel öğeler üretilmektedir. Bu gruplarda bir takımın taraftarı olmanın ötesinde farklı bir dil, ortak bir tutum oluşmaktadır. Paylaşımlardaki yaratıcılık ve mizah unsurları, şenliği ve hüznü bir araya getirmekte saha dışında, bir ortak hafıza yaratılmasını sağlamaktadır. Ancak, bu paylaşımlardaki olumsuz unsurların varlığı da görmezden gelinmemelidir.

KAYNAKÇA

Ataseven, Bilir F. (2017). “Kadın Yazınına Çevirmek II”. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29, s. 91-100.

- Binark, M. (2012). “Yeni Medya ve Yaratıcı Endüstri”. E. Dağtaş (Ed.), *Medya Ekonomisi ve İşletmeciliği* içinde (s. 165-192). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Castells, M. (2007). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Üçüncü Cilt: Binyılın Sonu*. E. Kılıç (Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Fuchs, C. (2015). *Dijital Emek ve Karl Marx*. T. E. Kalaycı ve S. Oğuz (Çev.). Ankara: Nota Bene Yayınları.
- Fuchs, C. (2016). *Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş*. D. Saraçoğlu ve İ. Kalaycı (Çev.). Ankara: Nota Bene Yayınları.
- Geray, H. (2017). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Güler, C. (2011). “Web 2.0: Blog, Wiki”. M. E. Mutlu (Ed.), *Yeni İletişim Teknolojileri* içinde (s. 50-72). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Karataş, Ş. ve Binark, M. (2016). “Yeni Medyada Yaratıcı Kültür: Troller ve Ürünleri ‘Capsler’”. *TRT Akademi Dergisi*, 1(2), 426-448.
- Kayabaş, K. B. (2011). “Sosyal Ağlar”. E. Mutlu (Ed.), *Yeni iletişim teknolojileri* içinde (s. 72-90). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Laughey, D. (2010). *Medya Çalışmaları: Teoriler ve Yaklaşımlar*. A. Toprak (Çev.). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Turan, G. (2009). “Gerçek(siz)liğimizde Sarıldığımız Serap: İnternet”. B. Dağtaş ve E. Dağtaş (Der.), *Medya Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları Türkiye Medyasından Örüntüler* içinde (s.337-364). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Ünalın, D. ve Özer, Ö. (2018), “Milli Mücadele Dönemi Yazarlarından Halide Edip Adivar, Reşat Nuri Güntekin ve Yakup Kadri Karaosmanoğlu'nun Romanlarının Popüler Kültür İçerik Özellikleri Bağlamında İncelenmesi”. *Folklor/Edebiyat Dergisi*, Cilt:24, Sayı:95, s. 261-278.

İnternet Kaynakları

- Ayan, S. (2006), *Şiddet ve Fanatizm*. <http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/1338.pdf> [Erişim tarihi: 14.11.2018].
- Aydın, B. M., Hatipoğlu, D. ve Ceyhan, Ç. (2008). *Endüstriyel Futbol Çağında “Taraftarlık”*. http://futbolekonomi.com/Raporlar/Genel/Populer_kultur_olarak_Futbol_gazi_iletisi_m_dergisi.pdf#page=297 [Erişim tarihi: 13.11.2018].

- Dağtaş, E. ve Yıldırım, O. (2017), *Mizah Anlayışının Yeni hali “Caps”leri “Dünya Tarihine Yön Veren Kişiler” Üzerinden Okumak.*
<http://intermedia.ticaret.edu.tr/index.php/intermedia/article/view/100> [Erişim tarihi: 09.11.2018].
- Erdoğan, İ. (2008). *Futbol ve Futbolu İnceleme Üzerine.*
<http://irfanerdogan.com/makalelerson/futboluinceleme.pdf> [Erişim tarihi: 13.11.2018].
- <http://www.dusunuyorumdergisi.com/eril-dil-turkce-ve-felsefe/> [Erişim tarihi: 19.11.2018].
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=114931 [Erişim tarihi: 19.11.2018].
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=TARAFTAR. [Erişim tarihi: 13.11.2018].
- <https://www.nedir.com/sipastik>. [Erişim tarihi: 19.11.2018].
- <https://www.seslisozluk.net/fanatizm-nedir-ne-demek/> [Erişim tarihi: 14.11. 2018].
- <https://yenimedya.wordpress.com/2017/01/04/gundelik-yasamin-icindeki-yeni-medya-katilimci-kultur-kamusal-ozel-alan-geciskenligi-ve-yeni-medyanin-bilesenleri-ekseninde-hakan-bicakci-hikayelerine-bakis/> [Erişim tarihi: 06.11 2018].
- <https://eksisozluk.com/besiktas-taraftarina-tinerci-denmesinin-nedeni--5011358> [Erişim tarihi: 19.11.2018].