

## Dijital Spor Kültürü ve Gençlerde Kimlik Gelişimi

Emrah Barkın<sup>1</sup>

Mehmet Bilgin Karademir<sup>2</sup>

### Özet

Dijitalleşmenin spor alanına yansması, gençlerin sporla kurduğu ilişkiyi ve kimlik gelişim süreçlerini belirgin biçimde dönüştürmektedir. Geleneksel spor ortamlarında kimlik çoğunlukla kulüp üyeliği, takım aidiyeti ve fiziksel katılım üzerinden şekillenirken, dijital spor kültürü spor deneyimini çevrim içi etkileşim alanlarına taşımaktadır. Böylece gençler sporla ilişkili kimliklerini hem fiziksel hem de dijital ortamlarda geliştirebilmektedirler.

Gençler günümüzde spor içeriklerini takip etmenin yanında dijital platformlar üzerinden içerik üretmekte ve deneyimlerini paylaşmaktadırlar. Özellikle Instagram ve TikTok gibi platformlar, spor performansı ve antrenman süreçlerinin görünür hâle gelmesine katkı sunmakta, gençlerin kendilerini sporla ilişkili kimlikler üzerinden tanımlamalarını kolaylaştırmaktadır.

Yapılan alanyazın incelemeleri neticesinde, dijital spor kültürünün gençlerin sosyal ilişkilerini ve kimlik oluşumunu genişlettiği görülmüştür. Bununla birlikte performans karşılaştırmaları ve görünürlük beklentileri gençlerin benlik algıları üzerinde yeni baskılar da oluşturabilmektedir. Günümüzde spor kültürü, fiziksel deneyimler ile dijital etkileşim alanlarının birleştiği çok katmanlı bir yapıya dönüşmekle beraber spor, gençlerin aidiyet ve kimlik gelişiminde önemli bir referans alanı olmayı sürdürmektedir. Bu nedenle dijital spor kültürü ve gençlik kimliği ilişkisi, spor sosyolojisi açısından gelecekte de önemini koruyacak bir araştırma alanı niteliği taşımaktadır.

1 Orcid: 0000-0003-1519-9254

2 Dr. Öğr. Üyesi, Alanya Ticaret ve Sanayi Odası Turizm Meslek Yüksekokulu, mehmet.karademir@alanya.edu.tr, 0000 0003 0239 120

## **Dijital Spor Kültürünün Tanımı ve Yükselişi**

İnsanlık tarihi kadar geçmişe dayanan bir kavram olan spor, dil, din veya ırk farkı gözetmeksizin tüm bireyleri bir araya getiren birleştirici bir güç olarak işlev görmektedir (Kilci, 2019; Akkaya, 2022). Teknoloji alanında meydana gelen gelişmeler her alanı etkilediği gibi spor alanlarını da etkilemiştir (Bulut ve diğerleri, 2021). Bu kapsamda dijital spor kültürü, spor pratiklerinin dijital teknolojiler, çevrimiçi platformlar ve yeni medya ortamları aracılığıyla yeniden biçimlenmesi olarak açıklanabilir. İnternet temelli yayıncılık, sosyal medya ve çevrimiçi oyun ekosistemleri, sporun üretim, izleme ve tüketim biçimlerini dönüştürerek spor deneyimini fiziksel mekânların ötesine taşımaktadır. Bu dönüşüm, sporun toplumsal ve kültürel anlamlarının dijital etkileşim ortamlarında yeniden üretilmesine zemin hazırlamaktadır (Hutchins ve Rowe, 2012). Bu süreçte e-sporun yükselişi dijital spor kültürünün en görünür alanlarından biri hâline gelmiştir. Rekabetçi dijital oyun organizasyonları, profesyonel lig yapıları, küresel izleyici kitleleri ve çevrimiçi yayın platformları aracılığıyla yeni bir spor ekosistemi oluşturmaktadır. Dijital spor oyunları, dünyanın bir ucundaki kişinin dünyanın diğer ucundaki kişilerle internet aracılığıyla buluşup oyun oynayabileceği ya da büyük elektronik spor organizasyonları aracılığıyla dünyanın farklı yerlerinden gelen insanların buluşup, oyun oynayabilecekleri hem fiziksel hem de zihinsel çaba gerektiren bir spor olarak açıklanmaktadır (Esentaş, Güzel ve Vural, 2018).

Araştırmalar, e-spor etkinliklerinin geleneksel spor organizasyonlarına benzer rekabet, taraftarlık ve profesyonel kariyer dinamikleri geliştirdiğini göstermektedir (Jenny, Manning, Keiper ve Orlach, 2017). Dijital spor kültürünün yükselişi, spor izleme ve taraftarlık deneyimlerinin de dönüşmesine yol açmaktadır. Çevrimiçi yayın platformları ve sosyal medya etkileşimleri sayesinde izleyiciler spor etkinliklerine eş zamanlı katılım gösterebilmekte, içerik üretimine dahil olabilmekte ve spor topluluklarının parçası hâline gelebilmektedir. Bu durum, spor tüketiminin pasif izleyicilikten etkileşimli katılıma doğru evrildiğini göstermektedir (Hamari ve Sjöblom, 2017).

## **Gençlerde Kimlik ve Sosyal Kimlik Teorisi**

Gençlik dönemi, bireyin kendilik algısını yapılandırdığı ve toplumsal rollerini anlamlandırdığı kritik bir gelişim evresi olarak değerlendirilmektedir. Bu süreçte spor, gençlerin kimlik gelişimini destekleyen önemli sosyal alanlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Takım üyeliği, grup aidiyeti ve ortak hedefler doğrultusunda hareket etme deneyimi, genç bireylerin kendilerini sosyal çevre içinde konumlandırmalarına katkı sağlamaktadır. Spor ortamları, bireyin

başarı, rekabet, iş birliği ve sosyal kabul gibi deneyimler aracılığıyla kimlik gelişimini destekleyen sosyal öğrenme alanları sunmaktadır (Erikson, 1968).

Sosyal Kimlik Teorisi, bireylerin kimliklerini ait oldukları sosyal gruplar aracılığıyla geliştirdiklerini ileri sürmektedir. Bu yaklaşıma göre bireyler, kendilerini belirli grupların üyesi olarak tanımlamakta ve bu üyelikler aracılığıyla aidiyet ve değer algısı oluşturmaktadır. Spor takımları, taraftar grupları ve spor toplulukları gençlerin sosyal kimlik inşasında önemli referans noktaları oluşturmaktadır. Grup üyeliği, bireyin sosyal kabul ve özsaygı düzeyini etkileyerek kimlik oluşum sürecine katkı sağlamaktadır (Tajfel ve Turner, 2004).

Gençlerin spor ortamlarında kazandıkları sosyal deneyimler, aidiyet duygusunu güçlendirmekte ve sosyal uyum süreçlerini desteklemektedir. Özellikle takım sporlarına katılım, bireyin grup normlarını öğrenmesine, sosyal sorumluluk geliştirmesine ve kolektif başarı deneyimleri yaşamasına olanak tanımaktadır. Bu deneyimler, gençlerin hem bireysel hem de sosyal kimlik gelişiminde önemli rol oynamaktadır (Brewer, Van Raalte ve Linder, 1993).

Dijital spor kültürünün gelişmesiyle birlikte sosyal kimlik oluşumu artık fiziksel spor ortamlarıyla sınırlı kalmamakta; çevrimiçi spor toplulukları ve dijital taraftarlık deneyimleri de gençlerin kimlik gelişim süreçlerine dahil olmaktadır. Gençler, çevrimiçi spor platformlarında kurdukları sosyal bağlar aracılığıyla kendilerini belirli spor kültürlerinin parçası olarak tanımlayabilmekte ve dijital ortamlarda yeni aidiyet biçimleri geliştirebilmektedir.

### Sosyal Medya ve Spor Etkileşimi

Dijital iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, sporun üretimi, sunumu ve tüketimi süreçlerinde önemli dönüşümler ortaya çıkarmaktadır. Sosyal medya platformları, sporcular, kulüpler ve taraftarlar arasında doğrudan etkileşim kurulmasına olanak tanıyan yeni iletişim alanları oluşturmaktadır. Bu dönüşüm, spor içeriklerinin hızlı biçimde dolaşıma girmesini ve sporun küresel ölçekte daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır (Boyle, 2009).

Özellikle Instagram, X, YouTube ve TikTok gibi platformlar, spor içeriklerinin paylaşımı ve taraftar etkileşiminin artması açısından belirleyici araçlar hâline gelmiştir. Sporcuların antrenman ve müsabaka deneyimlerini doğrudan paylaşabilmeleri, taraftarların sporcularla kurduğu ilişki biçimini dönüştürmektedir. Bu durum, sporun geleneksel medya aracılığıyla sunulan yapısından daha etkileşimli ve katılımcı bir modele yönelmesini desteklemektedir (Hutchins ve Rowe, 2012).

Sosyal medya, sporun ekonomik ve kültürel boyutlarını da etkilemektedir. Spor kulüpleri ve organizasyonlar dijital platformlar aracılığıyla marka

değerlerini güçlendirmekte ve küresel taraftar topluluklarıyla sürekli iletişim kurabilmektedir. Taraftarların içerik üretimine katılması ise spor kültürünün yeniden üretilmesine katkı sağlamaktadır (Smith ve diğerleri, 2024).

Gençler açısından değerlendirildiğinde sosyal medya, spor rol modellerinin görünürlüğünü artırmakta ve spor katılımını teşvik eden bir sosyal etki alanı oluşturmaktadır. Bununla birlikte dijital ortamda ortaya çıkan karşılaştırma kültürü ve performans baskısı, genç sporcuların psikolojik iyi oluşları üzerinde yeni tartışma alanları meydana getirmektedir (Sanderson, 2013).

### **Dijitalleşme Sürecinde Sporun Dönüşümü**

Dijital teknolojilerin yaygınlaşması, sporun izlenme, takip edilme ve deneyimlenme biçimlerinde belirgin bir değişim süreci ortaya çıkarmaktadır. Geleneksel spor tüketimi uzun süre fiziksel mekânda izleme ve televizyon yayınlarına dayanırken, dijital ortamların gelişmesi spor içeriklerinin farklı platformlar üzerinden sürekli erişilebilir hâle gelmesine olanak tanımaktadır. Bu dönüşüm, izleyicinin sporla kurduğu ilişkiyi daha etkileşimli ve katılımcı bir yapıya yönlendirmektedir (Gantz ve Lewis, 2014).

Karşılaşmaların ve spor içeriklerinin çevrim içi yayın platformları üzerinden sunulması, sporun küresel dolaşımını hızlandırmaktadır. Özellikle DAZN gibi dijital yayın platformları ve ESPN tarafından geliştirilen çevrim içi yayın hizmetleri, spor karşılaşmalarının farklı cihazlar ve ortamlarda izlenebilmesini mümkün kılmaktadır. Böylece spor izleme deneyimi belirli zaman ve mekânlarla sınırlı kalmamakta, bireylerin günlük yaşamına daha esnek biçimde entegre olmaktadır (Hutchins, 2019).

Dijitalleşme, spor kulüpleri ve sporcular açısından da yeni iletişim imkânları ortaya çıkarmaktadır. Taraftarlar artık spor içeriklerine yorum yapabilmekte, içerik paylaşabilmekte ve spor kültürünün dijital ortamda yeniden üretilmesine katkı sunmaktadır. Bu süreç, spor tüketimini pasif izleyicilikten aktif katılım biçimlerine doğru dönüştürmekte ve sporun toplumsal dolaşımını genişletmektedir (Billings, Butterworth ve Turman, 2017).

### **Dijital ve Geleneksel Spor Arasındaki Etkileşim**

Sporun toplumsal dolaşımı uzun süre stadyum deneyimi ve televizyon yayıncılığı üzerinden şekillenmiştir. Ancak dijital medya ortamlarının yaygınlaşması, sporun izlenme, yorumlanma ve paylaşılma biçimlerinde yeni katılım modelleri ortaya çıkarmıştır. Günümüzde taraftarlar karşılaşmaları takip ederken eş zamanlı olarak çevrim içi platformlarda yorum yapmakta, içerik üretmekte ve spor deneyimini dijital ortamda yeniden üretmektedir. Bu

dönüşüm, spor izleyicisinin pasif konumdan daha katılımcı bir role yöneldiğini göstermektedir (Billings, Hardin ve Brown, 2014).

Canlı yayın ve dijital akış platformlarının gelişmesiyle birlikte spor içerikleri televizyon dışındaki ortamlarda da geniş kitlelere ulaşmaktadır. Özellikle Twitch gibi canlı yayın platformları ile DAZN benzeri spor odaklı dijital yayın hizmetleri, spor karşılaşmalarının farklı izleme alışkanlıklarıyla tüketilmesini mümkün kılmaktadır. Bu durum, genç kuşakların spor içeriklerine erişim biçimlerini değiştirmekte ve sporun medya tüketim kültürü içindeki konumunu yeniden tanımlamaktadır (Stark, 2014).

Uluslararası spor organizasyonları da dijital dönüşüme uyum sağlayarak küresel izleyiciyle doğrudan iletişim kurmayı hedeflemektedir. FIFA gibi kurumlar, dijital yayınlar ve sosyal medya içerikleri aracılığıyla taraftar katılımını artırmakta ve sporun küresel görünürlüğünü güçlendirmektedir. Bu süreç, geleneksel spor organizasyonlarının dijital medya stratejileriyle bütünleşmesini zorunlu kılmaktadır (Wenner ve Billings, 2015).

### **Dijital ve Geleneksel Sporların Toplumsal ve Kültürel Boyutları**

Spor, tarihsel süreç boyunca toplumsal kimliklerin, kültürel aidiyetlerin ve ortak deneyim alanlarının oluşumunda önemli bir rol üstlenmektedir. Geleneksel spor ortamları, bireylerin fiziksel mekânlarda bir araya gelerek ortak heyecan ve kolektif aidiyet deneyimleri yaşadığı sosyal alanlar oluşturmaktadır. Stadyum ve salon deneyimi, taraftarlık kültürünün kuşaklar arasında aktarılmasına ve yerel kimliklerin güçlenmesine katkı sunmaktadır (Giulianotti, 2015).

Dijitalleşme süreci ise sporun toplumsal dolaşımını farklı bir boyuta taşımıştır. Günümüzde taraftarlar karşılaşmaları dijital platformlar üzerinden takip etmekte, çevrim içi yorum ve içerik üretimiyle spor deneyimine aktif biçimde katılmaktadır. Özellikle Twitch ve YouTube gibi platformlar, spor içeriklerinin küresel ölçekte dolaşımını hızlandırmakta ve spor kültürünün mekânsal sınırların ötesinde yeniden üretilmesine imkân sağlamaktadır. Bu dönüşüm, sporun yerel kimlikler kadar küresel kültürel akışların da bir parçası hâline gelmesine yol açmaktadır (Horne, 2017).

Dijital ve geleneksel spor ortamları arasındaki etkileşim, taraftarlık kültürünün dönüşümünü de beraberinde getirmektedir. Geleneksel taraftarlık fiziksel mekânda kurulan bağlara dayanırken, dijital ortamda oluşan taraftar toplulukları farklı ülkelerden bireyleri aynı spor deneyimi etrafında bir araya getirmektedir. Böylece spor, kültürel çeşitliliğin görünür hâle geldiği ve küresel kimliklerin yeniden şekillendiği bir sosyal alan oluşturmaktadır (Maguire, 2011).

## **Dijital ve Geleneksel Sporların Psikolojik ve Sosyokültürel Sonuçları**

Spor etkinlikleri, bireylerin psikolojik iyi oluşunu destekleyen ve toplumsal aidiyet duygusunu güçlendiren önemli sosyal alanlar oluşturmaktadır. Geleneksel spor ortamlarında bireyler, fiziksel mekânlarda bir araya gelerek ortak duygusal deneyimler yaşamakta ve kolektif kimlik bağları geliştirmektedir. Bu tür deneyimler, sosyal dayanışma ve grup aidiyetinin güçlenmesine katkı sunmakta, bireylerin toplumsal bağlarını pekiştirmektedir (Coakley, 1990).

Dijitalleşmenin etkisiyle spor deneyimi çevrim içi ortamlara taşınmış ve sporun psikososyal etkileri yeni biçimler kazanmıştır. Özellikle Instagram ve Twitch gibi platformlar üzerinden spor içeriklerinin takip edilmesi, taraftarların ve genç sporcuların sporla sürekli etkileşim hâlinde kalmasına olanak tanımaktadır. Bu süreç, sporcuların ve taraftarların dijital ortamda yeni sosyal kimlikler geliştirmesine ve spor kültürüne farklı biçimlerde katılım göstermesine imkân sağlamaktadır (Filo, Lock ve Karg, 2015). Bununla birlikte dijital spor ortamlarının bazı psikolojik sonuçları da tartışılmaktadır. Sürekli performans karşılaştırmalarına maruz kalma, çevrim içi eleştiriler ve görünürlük baskısı, genç sporcular üzerinde stres ve kaygı oluşturabilmektedir.

Sosyokültürel açıdan değerlendirildiğinde ise dijital ve geleneksel spor ortamları birlikte yeni spor kültürleri üretmektedir. Geleneksel taraftarlık yerel kimlikler etrafında şekillenirken, dijital ortamlar farklı ülkelerden bireyleri aynı spor deneyimi etrafında buluşturmakta ve spor kültürünü daha küresel bir yapıya dönüştürmektedir. Böylece spor, hem yerel kültürel değerlerin hem de küresel etkileşimlerin bir arada üretildiği çok katmanlı bir sosyal alan hâline gelmektedir (Rowe, 2011).

### **Çevrim İçi Taraftarlık Kültürü ve Aidiyet Oluşumu**

Dijital iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte taraftarlık deneyimi fiziksel mekân sınırlarını aşarak çevrim içi ortamlara taşınmıştır. Geleneksel taraftarlık kültürü, stadyum ve salon gibi ortak mekânlarda kurulan kolektif deneyimlere dayanırken, günümüzde taraftar toplulukları dijital platformlar aracılığıyla sürekli etkileşim kurabilmektedir. Bu dönüşüm, spor taraftarlığının mekânsal bağlılıktan çok, ortak ilgi ve kimlik paylaşımı üzerinden şekillenmesine katkı sunmaktadır (Cleland, 2014).

Özellikle Reddit ve Discord gibi çevrim içi topluluk platformları, taraftarların maç analizleri, kulüp gündemi ve sporcularla ilgili içerikleri paylaşmasına olanak tanımaktadır. Bu ortamlar, farklı ülkelerden bireyleri aynı kulüp veya spor branşı etrafında bir araya getirerek küresel taraftar topluluklarının oluşumunu

hızlandırmaktadır. Böylece taraftarlık kimliği, yerel aidiyet sınırlarının ötesine geçerek dijital ortamda yeniden üretilmektedir (Millward, 2012).

Çevrim içi taraftarlık, bireylerin spor kulüpleriyle kurduğu duygusal bağın güçlenmesine de katkı sağlamaktadır. Taraftarlar dijital platformlarda sürekli iletişim hâlinde kalarak ortak duygusal deneyimleri paylaşmakta ve kolektif kimlik duygusunu pekiştirmektedir.

### **Dijital Spor Kültürünün Gençlerin Sosyal İlişkilerine Etkisi**

Dijital spor kültürünün yaygınlaşması, gençlerin sporla kurduğu ilişki biçimlerini ve sosyal etkileşim alanlarını önemli ölçüde dönüştürmektedir. Geleneksel spor ortamlarında sosyal ilişkiler çoğunlukla okul, kulüp ve yerel spor alanlarında yüz yüze kurulan etkileşimlere dayanırken, dijital spor ortamları gençlerin spor deneyimini çevrim içi topluluklar üzerinden paylaşmasına olanak tanımaktadır. Bu süreç, sporun gençler için sosyal bağ kurma ve grup aidiyeti geliştirme işlevinin dijital ortamda da sürdürülmesini sağlamaktadır (Valkenburg ve Peter, 2009).

Günümüzde gençler spor içeriklerini takip ederken aynı zamanda çevrim içi platformlar üzerinden tartışma, içerik üretme ve ortak izleme deneyimlerine katılmaktadır. Özellikle Discord gibi topluluk temelli iletişim ortamları ile TikTok üzerinden paylaşılan spor içerikleri, gençlerin ortak ilgi alanları etrafında yeni sosyal ağlar oluşturmasına katkı sunmaktadır. Bu durum, sporun gençler arasında sosyal etkileşim kurma aracı olarak dijital ortamlarda da işlevini sürdürdüğünü göstermektedir (Boyd ve Ellison, 2007).

Dijital spor kültürü, gençlerin sosyal ilişkilerinde hem fırsatlar hem de yeni zorluklar ortaya çıkarmaktadır. Çevrim içi spor toplulukları, benzer ilgi alanlarına sahip bireylerin birbirleriyle bağlantı kurmasına imkân tanıırken, dijital ortamda geçirilen sürenin artması yüz yüze sosyal etkileşimlerin azalması yönünde tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Bununla birlikte çevrim içi spor topluluklarında oluşan dayanışma ve sosyal destek ağları, gençlerin sosyal aidiyet duygularını güçlendirebilmektedir (Hamari ve Sjöblom, 2017).

### **Dijital ve Geleneksel Sporların Gelecek Perspektifi ve Araştırma Alanları**

Spor alanı, dijital teknolojilerin gelişimiyle birlikte üretim, sunum ve tüketim süreçlerinde hızlı bir dönüşüm yaşamaktadır. Geleneksel spor karşılaşmaları fiziksel mekânda gerçekleşmeye devam ederken, dijital yayıncılık ve çevrim içi etkileşim ortamları spor deneyimini mekânsal sınırların ötesine taşımaktadır. Bu dönüşüm, sporun geleceğinde hibrit bir yapının öne çıkacağını

ve fiziksel deneyim ile dijital katılım biçimlerinin birlikte varlığını sürdüreceğini göstermektedir (Thorpe, 2017).

Uluslararası spor organizasyonları da bu değişime uyum sağlayarak dijital iletişim ve yayın stratejilerini güçlendirmektedir. Uluslararası Olimpiyat Komitesi dijital platformlara yönelik yatırımlar yaparak genç kuşaklarla daha doğrudan iletişim kurmayı hedeflemektedir. Benzer biçimde FIFA da küresel futbol organizasyonlarının dijital görünürlüğünü artırmaya yönelik uygulamalar geliştirmektedir. Bu durum, spor organizasyonlarının gelecekte dijital etkileşimi stratejik bir unsur olarak ele almak zorunda kalacağını göstermektedir (Hutchins ve Rowe, 2012).

Dijital yayın platformlarının yaygınlaşması, spor içeriklerinin tüketim alışkanlıklarını da dönüştürmektedir. Özellikle YouTube gibi platformlar üzerinden spor içeriklerinin kısa video, analiz ve taraftar üretimi içerikler aracılığıyla dolaşıma girmesi, spor izleme deneyiminin süreklilik kazandığını göstermektedir. Bu gelişmeler, genç kuşakların sporla kurduğu ilişki biçimini yeniden şekillendirmekte ve sporun kültürel dolaşımını hızlandırmaktadır (Billings, Butterworth ve Turman, 2017).

Geleceğe yönelik araştırma alanları incelendiğinde, dijitalleşmenin spor katılımı üzerindeki etkileri, sanal ve artırılmış gerçeklik uygulamalarının spor deneyimini nasıl dönüştüreceği, çevrim içi taraftarlık kültürünün kimlik oluşumuna katkısı ve dijital ortamda ortaya çıkan psikolojik baskı unsurları önemli çalışma başlıkları olarak öne çıkmaktadır. Bunun yanında dijital spor ekonomisinin gelişimi, veri analitiği ve performans takibi teknolojilerinin spor organizasyonlarına etkisi de araştırma gerektiren alanlar arasında yer almaktadır.

## SONUÇ

Dijitalleşmenin spor alanına yansması, gençlerin sporla kurduğu ilişkiyi ve kimlik gelişim süreçlerini önemli ölçüde dönüştürmektedir. Geleneksel spor ortamlarında kimlik oluşumu çoğunlukla kulüp üyeliği, takım aidiyeti ve fiziksel katılım üzerinden şekillenirken, dijital spor kültürü gençlerin spor deneyimini çevrim içi etkileşim alanlarına taşımaktadır. Bu durum, gençlerin sporla ilişkili kimliklerini hem fiziksel hem de dijital ortamlarda inşa etmelerine imkân tanımaktadır.

Spor, geleneksel olarak fiziksel katılım, takım aidiyeti ve sosyal etkileşim üzerinden kimlik oluşumuna katkı sağlarken, dijital ortamların yaygınlaşması spor deneyiminin yeni iletişim ve etkileşim alanlarına taşınmasına imkân tanımaktadır. Böylece gençler sporla ilişkili kimliklerini hem fiziksel hem de dijital ortamlarda yeniden yapılandırabilmektedir.

Dijital spor kültürü, gençlerin sosyal çevrelerini genişletmelerine, ortak ilgi alanları üzerinden yeni topluluklara katılmalarına ve sporla ilişkili kimliklerini görünür kılmalarına katkı sunmaktadır. Bununla birlikte dijital ortamda ortaya çıkan performans karşılaştırmaları, görünürlük beklentileri ve sosyal onay arayışı, gençlerin benlik algıları üzerinde yeni baskı alanları da oluşturmaktadır. Bu durum, spor deneyiminin psikososyal boyutlarının dijital bağlamda yeniden değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır.

Sonuç olarak spor kültürü, günümüzde fiziksel deneyimler ile dijital etkileşim alanlarının birleştiği çok katmanlı bir yapıya dönüşmektedir. Gençlerin kimlik gelişim süreçleri de bu dönüşümden doğrudan etkilenmekte, spor hem sosyal aidiyet hem de bireysel kimlik inşasında önemli bir referans alanı olmaya devam etmektedir. Bu nedenle dijital spor kültürü ve gençlik kimliği ilişkisi, gelecekte spor sosyolojisi çalışmalarında daha kapsamlı biçimde ele alınması gereken önemli bir araştırma alanı niteliği taşımaktadır.

## Kaynakça

- Akkaya, C. (2022a). *Spor Ekonomisi*. Spor Bilimleri Alanında Uluslararası Araştırmalar V. İçinde. Yalçın, S. (edt). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Billings, A. C., Butterworth, M. L. ve Turman, P. D. (2017). *Communication and sport: Surveying the field*. sage publications.
- Billings, A. C., Hardin, M. ve Brown, N. A. (2014). Defining ubiquity: Introduction to the Routledge Handbook of Sport and New Media. In *Routledge handbook of sport and new media* (pp. 1-3). Routledge.
- Boyd, D. M. ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Boyle, R. (2009). *Power play: Sport, the media and popular culture*. Edinburgh University Press.
- Brewer, B. W., Van Raalte, J. L. ve Linder, D. E. (1993). Athletic identity: Hercules' muscles or Achilles heel? *International journal of sport psychology*.
- Bulut, Ç., Duman, S., Şahin, H. M., Duman, G. ve Uluç, E. A. (2021). Spor turizminde inovasyonel yaklaşımlar: E-spor. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(4), 396-412.
- Cleland, J. (2014). Racism, football fans, and online message boards: How social media has added a new dimension to racist discourse in English football. *Journal of Sport and Social Issues*, 38(5), 415-431.
- Coakley, J. J. (1990). Sports in society: issues and controversies. (*No Title*).
- Erikson, E. H. (1968). *Identity youth and crisis* (No. 7). WW Norton & company.
- Esentaş, M., Güzel, P. ve Vural, M. (2018). Popüler kültürde rekreatif bir etkinlik olarak dijital sporlar. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 20(1), 71-79.
- Filo, K., Lock, D. ve Karg, A. (2015). Sport and social media research: A review. *Sport management review*, 18(2), 166-181.
- Gantz, W. ve Lewis, N. (2014). Sports on traditional and newer digital media: Is there really a fight for fans?. *Television & New Media*, 15(8), 760-768.
- Giulianotti, R. (2015). *Sport: A critical sociology*. John Wiley & Sons.
- Hamari, J. ve Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet research*, 27(2), 211-232.
- Horne, J. (2017). *Sport in consumer culture*. Bloomsbury Publishing.
- Hutchins, B. (2019). Mobile media sport: The case for building a mobile media and communications research agenda. *Communication & Sport*, 7(4), 466-487.
- Hutchins, B. ve Rowe, D. (2012). *Sport beyond television: The internet, digital media and the rise of networked media sport*. Routledge.

- Jenny, S. E., Manning, R. D., Keiper, M. C., & Olrich, T. W. (2017). Virtual (ly) athletes: where eSports fit within the definition of “Sport”. *Quest*, 69(1), 1-18.
- Kilci, A.K. (2019). *Spor ve Dijital Oyunda Son Nokta: ESPOR*. Ankara: Gazi Kitabevi
- Maguire, J. A. (2011). Globalization, sport and national identities. *Sport in society*, 14(7-8), 978-993.
- Millward, P. (2012). Reclaiming the Kop? Analysing Liverpool supporters’ 21st century mobilizations. *Sociology*, 46(4), 633-648.
- Rowe, D. (2011). *Global media sport: Flows, forms and futures*. A&C Black.
- Sanderson, J. (2013). Stepping into the (social media) game: Building athlete identity via Twitter. In *Handbook of research on technoself: Identity in a technological society* (pp. 419-438). IGI Global Scientific Publishing.
- Smith, A. C., Stavros, C., Skinner, J., Geurin, A. N. ve Burch, L. M. (2024). *Introduction to sport marketing*. Routledge.
- Stark, C. (2014). *Digital Media Sport: Technology, Power and Culture in the Network Society*. Edited by Brett Hutchins and David Rowe. Craig Stark.
- Tajfel, H. ve Turner, J. C. (2004). The social identity theory of intergroup behavior. In *Political psychology* (pp. 276-293). Psychology Press.
- Valkenburg, P. M. ve Peter, J. (2009). Social consequences of the Internet for adolescents: A decade of research. *Current directions in psychological science*, 18(1), 1-5.
- Wenner, L. A. ve Billings, A. C. (Eds.). (2017). *Sport, media and mega-events*. London: Routledge.