

BOURDIEU’NUN “ALAN” VE “HABITUS” KAVRAMLARI ÇERÇEVESİNDE YOUTUBE SPOR KANALLARININ CANLI YAYIN YORUMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

A STUDY ON LIVE BROADCAST COMMENTS OF YOUTUBE SPORTS CHANNELS WITHIN THE FRAMEWORK OF BOURDIEU’S CONCEPTS OF “FIELD” AND “HABITUS”

Ali ÇAKIR¹



ORCID: 0000-0003-2903-4071

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Ali Çakır

Kastamonu University, Türkiye

E-mail/E-posta: alicakir@kastamonu.edu.tr

Received/Geliş tarihi: 10.11.2024

Similarity Ratio/Benzerlik Oranı: %11

Revision Requested/Revizyon talebi:

26.11.2024

Last revision received/Son revizyon teslimi:

27.11.2024

Accepted/Kabul tarihi: 30.11.2024

Ethics Committee Permission/ Etik Kurul İzni:

There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.

Citation/Atf: Çakır, A. (2025). Bourdieu’nun

“Alan” ve “Habitus” Kavramları Çerçevesinde Youtube Spor Kanallarının Canlı Yayın Yorumları Üzerine Bir İnceleme. Journal of Communication Science Researches, 15 (1), 1-15.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14249928>

Öz

Bu çalışmada, Pierre Bourdieu’nun alan ve habitus kavramları çerçevesinde, Youtube’da yayın yapan spor kanallarındaki izleyici yorumları incelenmiştir. İnceleme, 29 Aralık 2023 tarihinde Suudi Arabistan’da Fenerbahçe ile Galatasaray arasında oynanması planlanan fakat iki takımın da sahaya çıkmadığı Süper Kupa Finali üzerine yapılan canlı yayın yorumlarına odaklanmaktadır. Araştırma kapsamında Vole, Socrates Dergi ve SkySpor kanallarının canlı yayınları seçilmiştir. Seçilen Youtube kanallarında yapılan canlı yayınlara ait izleyici yorumları, Bourdieu’nun sosyal teorisi bağlamında analiz edilerek, futbol alanının nasıl şekillendiği ve izleyici habituslarının bu alandaki yansımaları değerlendirilmiştir. Youtube spor kanalları, geleneksel medyadan farklı olarak izleyicilerle karşılıklı etkileşim sunmaktadır. Bu durum, futbol alanının dinamiklerinin yeniden şekillenmesine yol açmaktadır. Canlı yayınlarda yapılan yorumlar, futbol alanında güç ilişkilerinin ve sosyal sermayenin nasıl dağıldığını gözler önüne sermektedir. Bourdieu’nun eril tahakküm kavramının futbol alanında habitus tarafından oluşumunu göstermektedir. İzleyici yorumları, izleyicilerin futbolla ilgili inançlarını ve alışkanlıklarını, ayrıca siyaseten ve inanç noktasında hissiyatlarını (habitus) yansıtmaktadır. Diğer bir ifadeyle, grup aidiyetlerinin nasıl şekillendiğini ve ifade edildiğini göstermektedir. Canlı yayın sırasında yapılan yorumlar, izleyicilerin kültürel sermayelerini nasıl kullandıklarını ve bu sermaye aracılığıyla sosyal alanda nasıl konumlandıklarını da ortaya koymaktadır. Bu çalışmanın sonucuna göre; Bourdieu’nun alan ve habitus kavramları çerçevesinde, izleyici yorumları anlamlı bir şekilde analiz edilebilmektedir. İzleyicilerin yorumları, futbol kültürünün nasıl şekillendiğine, siyaset ve inanç gibi değerlerle ilişkisine dair bilgiler sunmaktadır. Ayrıca, Youtube’un futbol izleyicileri üzerindeki etkileri ve izleyicilerin yeni medya ortamında nasıl etkileşimde buldukları hakkında değerlendirme yapılmasına imkân tanımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Alan, Habitus, Sosyal Teori, Spor Kanalları, İzleyici Yorumları.

Abstract

In this study, viewer comments on sports channels on Youtube are examined within the framework of Pierre Bourdieu’s concepts of field and habitus. The examination focuses on live comments on the broadcast of the Super Cup Final, which was planned to be played between Fenerbahçe and Galatasaray in Saudi Arabia on December 29, 2023, but neither team took the field. The research analyzes live broadcasts of Vole, Socrates Magazine, and SkySpor channels. Viewer comments on selected Youtube live broadcasts are analyzed within the context of Bourdieu’s social theory to evaluate how the football field is shaped and how the habitus of viewers is reflected in this field. YouTube sports channels, unlike traditional media, provide interactive engagement with viewers, reshaping the dynamics of the football field. Comments made during live broadcasts reveal the distribution of power relations and social capital in the football field. Bourdieu’s concept of masculine domination demonstrates habitus formation in the football field. Viewer comments reflect viewers’ beliefs and habits related to football and political sentiments and beliefs (habitus). In other words, they illustrate how group affiliations are shaped and expressed. Comments made during live broadcasts also reveal how viewers utilize their cultural capital and position themselves in the social field through this capital. According to the findings of this study, viewer comments can be meaningfully analyzed within the framework of Bourdieu’s concepts of field and habitus. Viewer comments provide valuable insights into how football culture is shaped and its relationship with values such as politics and belief. Additionally, it allows for an evaluation of the impact of Youtube on football viewers and how viewers interact in the new media environment.

Keywords: Field, Habitus, Social Theory, Sports Channels, Comment.

GİRİŞ

Televizyon yayıncılığının gelenekselden dijitale geçiş süreci, internet teknolojisinin gelişimine paralel olarak ivmelenmiştir. Web 2.0 teknolojisi ile beraber internetin düşük maliyeti, kullanım kolaylığı (Bayram, 2022, s. 164) ve sağlamış olduğu etkileşim (Yıldırım, 2010, s. 236) sayesinde, insanlar arasında yayılması hızlanmıştır. Dijital televizyon yayıncılığında etkileşimin sunduğu imkânlar, televizyonun farklı konumlanmasını ve kullanılmasını mümkün kılmıştır (Taşdelen, 2014, s. 170). Karasal yayından uydu yayıncılığına geçiş yapan televizyon kanalları, internetin yayılmasıyla Tivibu, Digitürk vb. hizmet sağlayıcılar vasıtasıyla dijital yayıncılığa geçmiştir. Anılan her üç yayın türü aynı anda hizmet vermeye devam ederken, dijital platformlar farklı içerikler de ekleyerek sunduğu hizmet karşılığında kullanıcılardan ücret almıştır. Özellikle spor yayınlarının, dijital platformlar tarafından ücretli bir şekilde izleyiciye sunulduğu bilinmektedir. 1980’lerde yaşanan liberal dalganın futbolu da etkilediğinden bahisle Talimciler (2006b, s. 129), kitle iletişim araçları ve sporun ekonomi açısından vazgeçilmez faaliyetlere dönüştüğünü belirtmiştir. Arık (2008)’ın televizyon yayıncılığı ve futbolun birbirini etkilediğini ve dijital yayıncılık ile birlikteliğin arttığını belirttiği çalışması, bu savı desteklemektedir.

Tarihsel süreçte gazete ve radyo ile başlayan spor yayıncılığı, televizyon ile devam etmiştir. Her birinden doneler taşıyan şekli ile günümüzde dijital ortamlarda varlığını sürdürmektedir. Özsoy (2012)’un geleneksel medyada görev yapan spor gazetecileriyle yaptığı görüşmeleri değerlendirdiği çalışmasından, Facebook ve Twitter üzerinde gazetecilik pratiklerinin dönüşümü okunmaktadır. Özellikle haberlerin anlık olarak aktarımının, gazetecilik pratiklerinde yaptığı değişim üzerinde durulmuştur. Bununla birlikte, geleneksel medyanın başka bir dijital platform olan Youtube’daki pratiklerinde ise spor yayınlarının içerikte önemli bir yer tutmadığı görülmektedir. Tok (2021, s. 320)’un çalışmasında, Türkiye’de basılı olarak faaliyetlerine devam eden ulusal gazetelerin, Youtube kanalları üzerine yaptığı çalışmada, örneklem olarak aldığı en çok izlenme sayısına ulaşan beş gazetenin içeriklerinin sadece %3,6’sını spor haberleri oluşturmaktadır. Her ne kadar geleneksel medyanın tematik spor yayıncılığı üzerine pratikleri genel eğilimi yansıtmasa da tematik spor kanallarının Youtube üzerinden program ve maç görüntüleri yayınladığı, geleneksel medyada da program yapan kişilerin Youtube’da içerik ürettiği bilinmektedir (Budak, 2019, s. 242). Ayrıca, haber takibinin sosyal medyaya kaymasına paralel geleneksel medyanın tirajları düşmüş ve onlar da dijital alanda içerik üretmeye başlamıştır (Yüksel, 2021, s. 57). Geleneksel televizyon yayıncılığı yapan kanallar da bölüm tekrarları ve bölümlerden kesitler gibi içeriklerini Youtube’da yayınlamaktadır (Kısaoglu, 2024, s. 416).

Talimciler (2006a, s. 92), kimlik edinme ve aidiyet duygusunun oluşumunda, “milli kimliğin göstergesi” olarak futbolun ayrı bir yerinin olduğunu iddia etmektedir. Spor yayıncılığında da futbolun önemli bir yeri bulunmaktadır. Başta “Trendyol Süper Lig” olmak üzere İngiltere, İspanya, Almanya gibi ülkelerin futbol ligleri izleyicilerin ilgisini çekmekte, ücretli spor yayını almalarına neden olmaktadır. Örneğin Türkiye’de “Tod Tv” ücretli dijital platform olarak film, dizi gibi içeriklerinin yanında spor yayıncılığı da yaparken, “S Sport” gibi sadece spor yayını yapan ücretli tematik spor kanalları da mevcut bulunmaktadır. İnternetin sağladığı etkileşim, ilgili dijital platformlarda alıcının doğrudan içerik üretmesine imkân tanımadığı için sınırlı kalmaktadır. Fakat “Youtube” gibi doğrudan internet ortamında bulunan ve ücret ödemeksizin üye olunabilen platformlar sayesinde etkileşimin gücü artmaktadır. Etkileşimin anlık olarak çift taraflı yapılabildiği “Youtube”, hem çok sayıda insana kısa sürede ulaşma hem de sunduğu farklı imkânlarla gelir sağlama potansiyeli en yüksek olan platformlardan biri durumuna gelmiştir. İnternet Araştırmaları Koordinatörlüğü’nün (2023, s. 3) “We are Social ve Meltwater” tarafından hazırlanan “Digital 2023 Global Overview Report” isimli rapordan Türkiye ile ilgili kısmını özetlediği belgeye göre, Türkiye’de en çok ziyaret edilen ve en çok kullanıcısı bulunan sosyal medya platformu Youtube’dur.

Youtube pratikleri çerçevesinde abone sayıları, anlık etkileşim ve videoların izlenme sayıları gelirleri doğrudan etkilemektedir. Özmen (2022, s. 22)’in Youtube’da faaliyet gösteren gazetecilerle yaptığı görüşmeleri analiz ettiği çalışmasında, Şule Aydın’ın “Gelirden dolayı ayakta kalma motivasyonunu da etkiliyor izlenmeler.” cümleleri de bu durumu teyit etmektedir. Youtube’un gelir getirici özellikleri, yayıncıların izleyici yorumlarına özel önem atfetmelerine neden olmaktadır. Canlı yayın

sırasında anlık anket yayınlanması ve “katıl” seçeneğini kullanarak Youtube kanalına belirli miktarda ücret ödeyerek abone olanların yorumlarının, yayın sırasında değerlendirilmesi gibi durumlar, yayıncıların canlı yayınlara verdiği öneme, örnek olarak gösterilebilir (YouTube, 2024).

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Web 2.0 teknolojisinin mobil cihazlara entegre olması ile gazetecilik pratikleri bir kez daha dönüşüm geçirmiştir. Söz konusu dönüşüm, sadece mobil gazeteciliğin bugünkü görünümünü biçimlendirmekle kalmamış, aynı zamanda haberle kurulan ilişkiyi gündelik hayatın bir parçası haline getirmiştir. Böylelikle haber, bir performans alanı olarak kimliğe eklenen bir unsur şeklinde değerlendirilmektedir. Haber üretim ve tüketim süreçlerinin herhangi bir platformda aktif vakit geçiren yurttaşlar arası bir edim haline gelmesi, kültürün “refleksif” yanını görünür kılmaktadır (Goode, 2009, s. 1287). Kolaylıkla taşınabilir hatta giyilebilir cihazlarla sosyal medya platformlarına her an erişimin mümkün olduğu ağlaşmış bir toplumda, enformasyona ulaşamamak bir istisna haline dönüşmektedir. Böylesi bir dönemde, yeni içeriklerin yerleşkesi olarak sosyal medya platformlarını görebilmekteyiz (Herrero vd. 2019, s. 1). Haberlerin sosyal medya platformlarında yeniden üretilmesi, çoklu kamusalılıkların imkânı üzerine düşünmeyi gerekli kılmaktadır. Zira bu sayede demokratikleşme ve medyada çoğulculuğun tesisi adına önemli adımların atılmış olduğu varsayılmaktadır. Ancak bu durum, birçok araştırmacı açısından netameli bir konudur. Örneğin Filibeli vd. (2022, s. 141)’nin, “Teknoloji tarafsız olabilir, ancak onu işlevsel kılan sistemler kendi gündemleri olan ve çoğulculuğa doğrudan zarar verecek uygulamaları olanaklı kılan şirketlerin kontrolü altındadır.” ifadesi ile platformların ekonomi politik işleyişine vurgu yapılmaktadır.

Bourdieu’ya göre “alan”, kültürel olarak oynanan bir oyuna benzemektedir. Grupla oynanan oyunların temel ilkesi gereği, oyunun bütünlüğü için oyunun dışında kalan etmenler dönemin bilme biçimleri tarafından meşrulaştırılarak nesnelleştirilmek zorundadır. Böylelikle oyun, kuralları tarihsel olarak kurgulanan bir mücadele ilişkisine dönüşmektedir.

Paradoksal olarak kültür oyunları, nesnelleştirmeye karşı, oyuna bağlanmış eyleyicilerin karşılıklı olarak birbirlerini tabi tuttukları tüm kısmi nesnelleştirmeler tarafından korunur. Âlimler, mondenlerin hakikatini, ancak kendi hakikatlerine gözlerini yummak koşuluyla görebilirler ve bu mondenler için de geçerlidir. Bu çapraz gözü açıklık ve körlük arasındaki yasa, “entelektüeller” ve “burjuvalar” arasındaki karşıtlığı belirler. (Bourdieu, 2015a, s. 26)

Bahse konu oyuna tabiiyet ilişkisi ise üretim ve tüketim ilişkilerini doğallaştıran bir etmen olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylece oyun, bir zorunluluklar ilişkisini ortaya koyarken aynı zamanda bu zorunluluklarla kurulan mesafeyi de failerin eylemlerine bırakmaktadır.

Bu yapı değişmez değildir ve toplumsal konumların durumunu belirleyen topografya, eyleyen özelliklerin ve buradan hareketle toplumsal uzamın dağılım yapısının korunmasına ve dönüşümüne ilişkin dinamik bir çözümlemenin temellendirilmesini sağlar. Küresel toplumsal uzamı bir alan, yani hem gerekliliğini içinde bulunan eyleyicilere dayatan bir güç alanı hem de içinde bulunan eyleyicilerin güç alanı dâhilindeki konumlarına göre farklı amaçlar ve yöntemlerle çatıştıkları ve böylece o alanın yapısının korunması ya da dönüştürülmesine katkıda buldukları bir mücadele alanıdır. (Bourdieu, 2015b, s. 51).

“Mücadele alanı” kavramsal olarak sabit olmayan bir değeri ölçeklendirmeye yaramaktadır. Dolayısıyla habere atfedilen değerler de bu mücadele ilişkilerinden nasibini alarak dönüşmektedir. Haber içeriklerinin platformlaş(tır)ılması, medya ekosistemini ve haber üretim süreçlerini paradigmatik bir dönüşüme zorlamaktadır. Zira sosyal medya platformları üzerinden aktarılan tüm dijital hizmetler, sosyo – kültürel, politik ve ekonomik ilişkileri kolaylaştırmakla kalmamakta, bu ilişkileri organize eden ve yeniden düzenleyen bir görünümü de öncelemektedir. (Nieborg vd. 2019, s. 85-86). Haberlerin platformlaşması akıllı telefonlarla mobil hale gelen Facebook, Instagram, X ve TikTok gibi uygulamalar ile geniş kitlelere ulaşmaktadır. Ancak bu durum eşik beççiliğini dönüştürürken yayıncı ile etkileşimin yerini takipçilere bırakmasıyla sonuçlanmıştır. Metinler arası bir akışa da imkân veren bu uygulamalar daha “hafif” ve “basit” içeriklerin dolaşıma girmesine neden

olmaktadır (Hase vd. 2022, s. 2-3).

Platformların toplumların dönüşümünü önceleyen bir “arkhe” olarak düşünülmesi ise, teknik belirlenimcilik tartışmalarının alevlenmesine neden olmaktadır. Büyük veri adı altında sayısallaştırılan, niceliği ve hızı önceleyen bu perspektif doğrultusunda hazırlanan haberler ise sosyal medya platformlarında daha geçici, uçucu ve teyit mekanizmalarından uzaklaşan bir yapılanmaya neden olmaktadır. Bourdieu’nun kavramsallaştırmasından hareketle, “bir alan olarak platformlar” anlam üretimini söz konusu akışlar içerisinde mümkün olan “veriler” ile somutlaştırma eğilimindedir. Dolayısıyla bir haberin niteliğini belirleyen ölçüt, ulaştığı niceliksel kitle ile anlamlandırılmaya çalışılmaktadır. Öte yandan verinin “vermedikleri” hakikat değeri taşımadığı gerekçesiyle bir boş gösterene dönüşmektedir (Köse, 2020, s. 10-12). Bu tespitten hareketle sosyal medya platformlarında haber niteliği taşıyan bir veri (ki bu bir fotoğraf, video vb. görsel materyal olabilir) failer arasında dolaşıma girse bile söz konusu olayın niçin gerçekleştiğine dair detaylı bilgi ve analiz içermeyecektir. Sosyal medya platformlarında üretilen haberlerin niceliği önceleyen teknik belirlenimci yaklaşımı iki açıdan özetleyebilmek mümkündür. Bunlardan biri takipçi sayısının niceliksel değeri; diğeri ise üretilen haberin etkileşimsel boyutudur. Her iki koşulda da içerik ve nitelik göz ardı edilmektedir.

Meselenin anlaşılabilir olması adına Baudrillard’ın estetik kavramına değinmek gerekmektedir. Baudrillard estetiği açıklarken; biçim ve içeriğin birlikteliğinden söz etmektedir. Ona göre simülasyon evreninde yaşanan esas sorun, her şeyin göstergelere indirildiği bir ortamda her şeyin estetik ‘görünmesi’ zorunluluğudur (Bayraktaroğlu vd. 2011, s. 6). Bu yükü kaldıramayan estetiğin artık içerikten vazgeçerek hipergerçekliğe dönüştüğünü sözlerine eklemektedir.

Burada bir taklit, suret ya da parodiden değil, aslı yerine göstergeleri konulmuş bir gerçek, bir başka deyişle her türlü gerçek süreç yerine işlemsel ikizini koyan bir caydırma olayından söz ediyoruz. “Gerçeğin tüm göstergelerine sahip, gerçeğin tüm aşamalarına kısa devre yaptıran, kusursuz, programlanabilen, göstergeleri kanser hücreleri gibi çoğaltarak dört bir yana savuran makineden (...)” (Baudrillard, 2010, s. 15).

Görsel kültürün taşıyıcı kolonlarından sayılabilecek sosyal medya platformlarında, sözü edilen biçimsel kaygılar, haberlerin estetize edilmesi ile sonuçlanmaktadır. Baudrillard’ın hipergerçeklik kavramı, sosyal medya platformlarındaki hakikate ilişkin önemli bir ipucu verse de bir çıkış yolu önermemektedir. Onun yerine Bourdieu’nun “olabilirler uzamı” olarak tanımlamak daha makul görünmektedir (Bourdieu, 2015b, s. 55). Sosyal medyayı bugünkü anlamıyla güncel tutabilmek için platformların her an içeriklerine yeni kullanıcılar eklemesi ve etkileşimselliği maksimum seviyede tutması esastır. Sosyal medya platformları kendini sürekli yeniden hatırlatan algoritmik yapısı ve tespit edilen bireysel yatkınlıkların reklamlar aracılığıyla dolaşıma girmesi ile “yapı” ve “fail” arasındaki teması en üst noktaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla algoritmalar, demokratikleşmeyi hedeflemektense faileri kendi benzerleri ile buluşturan, yankı odalarında kendi seslerinin çınladığı ve dolaylı olarak iktidar ilişkilerini takipçilerini kutuplaştırarak meşrulaştıran bir düzen kurmaktadır (Turgut, 2023, s. 150).

Yukarıda sıralanan gerekçeler nedeniyle, sosyal medya platformları gündelik hayata için bir yapıyı temsil etmektedir. Bu varsayımdan hareketle, “Platformlar, bugüne kadar ekonomik ilişkilerin kapsamı dışında kalan gündelik yaşamdan, ekonomik değer elde edilmesini sağlamaktadır.” (Küçükıralı vd. 2022, s. 677). Çünkü sınırlı sayıda olan sosyal medya platformları görsel, işitsel içeriklerin nasıl üretileceği ve nasıl dolaşıma sokulacağı konusunda bir taslak sunmaktadır. Yazı karakterinden, fotoğraf ve videoların çekim tekniklerine kadar birçok detay sosyal medya platformlarının yakınsaklık ilkesi gereğince yeniden düzenlemeye tabi tutulmaktadır. Bu sebeple, artık sadece haberin doğasını bilmek yeterli olmamaktadır. Sosyal medyada hangi koşullarda daha çok dikkat çekileceği de ayrı bir profesyonellik alanı olarak gelişmektedir. Haberinin üretim, dağıtım ve tüketim aşamalarında yaşanan bu etkileşimselliğin yeni iş modellerine kaynaklık ettiği söylenebilir.

Van der Zwan’a göre (2014, s. 111) finansın demokratikleşmesi, finansal kârları artırmasının yanı sıra, finans ve yaşam döngüsünün yakınlaşmasını da beraberinde getirir. Finansın demokratikleşmesine en

önemli katkısı, internetin ve dijital teknolojilerin gelişmesi ve yaygınlaşması sağlamıştır. Bireylerin finansal objelere dönüştürülmesi, dijital inovasyonlar ile gelişen gözetim ve değerlendirme mekanizmaları tarafından organize edilmektedir (..) Bu bağlamda, gündelik hayat ile ilgili birçok aktivitenin dijital ortama taşınması, bireylerin gündelik yaşamında metalaştırılan alanların genişlemesiyle sonuçlanır. Finans ve yaşam döngüsü bütünleşmekte, dijital dünyaya dokunan insan ile ilgili her şey veriye dönüştürülmekte, metalaşmakta, varlıklaşmakta ve finansal bir değere dönüşmektedir. (Küçükkıralı vd. 2022, s. 672).

Sosyal medya platformlarının yeni iş modellerine kaynaklık etmesi noktasında habitus kavramı, önemli bir kavramsal çerçeve sunmaktadır. Bireylerin finansal objelere dönüşmesi ancak dönemin faillerinin girişimciliği onaylayan ve yücelten epistemik bir ağ ile sarmalanması neticesinde mümkün olabilmektedir.

Habituslar kalıcı yatkınlık sistemleri, yapılandırıcı yapılar şeklinde, yani kurallara itaatin ürünü olmadan, sonuçları bilinçli olarak hedeflemeden ve bunlara ulaşmak için gerekli işlemlere anında hakim olmadan ve böylece de bir orkestra şefinin örgütleyici eyleminin ürünü olmadan da kolektif olarak harmoni içine olabilecek, nesnel olarak ‘düzenlenmiş’ ve ‘düzenli’ olabilecek pratik ve temsillerin üretilme ve yapılandırılma ilkesi olarak işlemeye eğilimli, yapılanmış yapılarıdır. (Bourdieu, 2018, s. 158)

Kavramın tanımından da anlaşılacağı üzere habitus kavramı, faillerin eylemlerini gerekçelendirme noktasında anlamlı veriler elde edilmesini sağlamaktadır. Haberciliğin değişen görünümü işgücü piyasasında aranan kriterleri de Lazzarato’nun (1996, s. 132-136) maddi olmayan emek (duygulanımsal emek) olarak tanımladığı yeni işgücü modellerine göre biçimlendiğini göstermektedir. Ona göre kafa-kol emeği dikotomik ayrımı günümüzün emek süreçlerini anlamak için yeterli değildir. Artık emek ve yaratıcılık, yazar ve okuyucu konumları, değerlendirme süreçleri içerisinde yer değiştirme potansiyeli taşımakta ya da birbiri içine geçmektedir. Katılımcılığı teşvik eden işletmeler hem bireyselliği yüceltmekte hem de subjektifliği toplumsal dönüşümün merkezine yerleştirmektedirler. Lazzarato’ya göre bu durum, herkesi kendi için konuşmaya ve kendi için iletişim kurmaya yönlendiren otoriter bir söyleme işaret etmektedir. Lazzarato bu değerlendirmesi ile gazetecilerin sosyal medya platformlarında değişen konum alışlarını ve yurttaş gazeteciliği kavramı ardındaki motivasyonu anlaşılır kılmaktadır.

İnce (2019, s. 38-42), ‘Bourdieu Sosyolojisi Bağlamında Bir Alt-Alan Olarak Yerel Basın: İzmir Örneği’ isimli çalışmada bireyin ne tam özgür ne tamamen yapıların güdümünde olduğunu söyleyerek Bourdieu’nun argümanını özetlemektedir. Bunun yerine bireylerin farklı alanlardan farklı karlar elde edebileceklerini hesaplayan stratejik varlıklar olduğuna dikkat çekmektedir. Nitekim Bourdieu bu durumu sermaye kavramına farklı anlamlar biçerek elde etmektedir. Marksist anlamda bir sınıfı tanımlamanın yegâne koşulu ekonomik sermaye olarak nitelendirilirken, Bourdieu insanların farklı çıkarlar ve beklentiler içine girebileceklerini “ekonomik sermaye”nin yanında, “sosyal sermaye” ve “kültürel sermaye” gibi sermaye gruplarının varlığından söz etmektedir. Sosyal sermaye, çevre ve etkileşim ağları ile elde edilirken, kültürel sermaye eğitim kurumları ile olan etkileşimler neticesinde elde ettiğimiz formasyona karşılık gelerek profesyonellik alanlarını kurgulamamıza hizmet etmektedir (Swartz, 2018, s. 98-110). Bourdieu bu sermaye gruplarının kendi beğeni ölçütlerini inşa ettiğinden söz ederek, kendi içine kapanma eğilimlerini anlamlandırmaya çalışmaktadır.

Oyunun kurulduğu alan olarak Youtube’un kabul edilmesi durumunda, habitusu oluşturacak iki etmenden söz etmek mümkün olmaktadır. Bunlardan ilki Youtube içerik üreticileriyken, ikincisi bizzat izleyicinin kendisidir. Bourdieu’nun (1995, s. 32) kültürel sermayenin oluşturduğu toplumsal uzamda “eyleyiciler” olarak konumlandığı grup, Youtube videolarının okuyucu yorumlarında kendini hissettirmektedir. Bu çalışmanın kapsamı dâhilinde incelenen, Youtube üzerinden yayın yapan spor kanallarıyla ilgili yapılan çalışmalarda, habitusun özelliklerini görmek mümkündür. Evren’in (2022, s. 9) “Taraftarın içinde yetiştiği toplumsal habitus, diğer habitus gruplarında olduğu gibi bu grubun temel reflekslerini belirlemede etkilidir. Bu bağlamda tribünde, televizyon başında ya da sosyal medyada yer alan taraftarın saha içinde meydana gelen olaylara olan tepkisi de büyük ölçüde toplumsal habitusun

şekillendirmelerine bağlı olarak ortaya çıkacaktır.” ifadelerinden, futbolda taraftarların önemi ve habitusla olan ilişkisi görülmektedir. Youtube’da yayın yapan Vole kanalında yayınlanan videoların içerik analizlerinin yapıldığı farklı bir çalışmada ise izleyici yorumları ile yayıncıların görüşlerinin örtüştüğü belirtilmiştir (Aydoğdu, 2023, s. 854). Buradan hareketle, yukarıda değinilen birinci ve ikinci grup habitusların örtüştüğü sonucuna ulaşmak mümkündür. Youtube spor yayınları özelinde habitusun diğer bir özelliği, genç bireylerden oluşmasıdır. Pulurluoğlu (2023, s. 87) çalışmasında, Youtube’da spora yönelik içerik üreten Vole kanalında çalışan dokuz profesyonelle, dijitalde gazetecilik pratikleri üzerine alan araştırması yapmıştır. Bu çalışma sonucunda, farklı çalışmalarda da benzer sonuçlar çıktığı bilgisini paylaşarak, Youtube spor içeriklerini genellikle gençlerin kullandığı savını, meslek profesyonellerinden Serdar Ali Çelikler’in iddiasına dayandırmıştır. Kızılkaya da (2020, s. 72, 77) Youtube takipçilerinin genç ağırlıklı olduğunu ifade etmiştir. Benzer şekilde Dündar da (2021, 103) Youtube’da yayın yapan Socrates Dergi kanalıyla ilgili yapmış olduğu çalışmanın sonucunda benzer bir değerlendirmede bulunmuştur.

Youtube spor kanallarında yer alan programlar çeşitlilik göstermektedir. İlk olarak Süper Lig maçlarının bitiminde, canlı olarak maçın değerlendirmesinin yapıldığı yayınlar bulunmaktadır. Bu programlarda genellikle bir moderatör eşliğinde, o gün maçı olan takımın taraftarı olduğu bilinen yorumcu(lar) eşliğinde maç yorumlanmaktadır. Genellikle duygulara hitap edilmekte ve “sosyal sermaye” yayına dâhil edilmeye çalışılmaktadır. Diğer bir yayın türünde ise maçların teknik analizi, taraftarlık belirtmeksizin somut delillere dayandırılarak yapılmaktadır. Üçüncü bir tür olaraksa gerek tek gerekse birden çok konunun olduğu, genel değerlendirmelerinin yapıldığı, magazinel yönü de bulunan yayınlar sayılabilir. Adı geçen program türlerinden maç sonu canlı yayınlarının, taraftarlığın yoğun olması sebebiyle habitusun incelenmesi adına fazla örneklem sağladığı varsayılmaktadır.

YÖNTEM VE SINIRLILIKLAR

Bu çalışma kapsamında, Youtube Türkiye’de en çok takipçisi olan ve sadece Youtube üzerinden yayın yapan üç spor kanalının, Galatasaray ile Fenerbahçe arasında 29 Aralık 2023 tarihinde Suudi Arabistan’da oynanması planlanan, fakat her iki takımın da maça çıkmayı reddetmesiyle¹, oynanamayan Süper Kupa finali sonrası yapılan canlı yayınların, izleyici yorumları incelenmiştir. Bunun için en çok takipçiye sahip üç spor kanalının canlı yayınları seçilmiştir. Çalışmanın tüm verileri 21 Mayıs 2024 tarihinde toplanmıştır. Bu tarih itibarıyla Youtube Türkiye’de en çok takipçisi olan spor kanalları sırasıyla, Vole (710.000), L1 Üçgen (662.000), Sports Digitale (553.000), Socrates Dergi (542.000) ve Sky Spor (416.000) şeklinde sıralanmaktadır. Adı geçen kanallardan L1 Üçgen ve Sports Digitale’nin konu hakkında canlı yayınları olmadığı için en çok takipçiye sahip dördüncü ve beşinci kanallar olan Socrates Dergi ve SkySpor’un video yorumları incelemeye alınmıştır. Videolara yapılan tüm yorumlar incelenmiştir. Yorum yapanların birbirlerine olan sataşmalarını içeren, Youtube’da izlenme sayısı fazla olan yayınlarda kendi kanalına takipçi kazanma arzusuyla yapılan reklam içerikli olanlar gibi konuyu bağlamından koparan yorumlar değerlendirmeye alınmamıştır. Bourdieu’nun alan ve habitus kavramları üzerinden, futbolun kapsadığı alan ve yayıncılar ile taraftarların oluşturduğu habitusun anlamlı kılınabilmesi için yorumlara yapılan beğeniler ve yorumlarda yaşanan tartışmalar baz alınmıştır. Her video için elli ve daha fazla beğeni alan yorumlar seçilmiştir. Tartışma yapılan yorumların ise farklı fikirleri de kapsamasından ötürü, tamamı çalışmaya dâhil edilmiştir. Ayırt edici bir özellik taşıyan yorumlar hariç olmak üzere, konuyu bağlamından koparmamak adına her üç yayının yorumları da birlikte değerlendirilmiştir. Bu şekilde futbol izleyicilerinin ortaklaştığı ve ayrıştığı konuları belirlemek hedeflenmiştir. Böylece konunun sınırları dâhilinde, alanın habitustaki karşılığı ve habitusun alana olan etkisinin, Bourdieu’nun sosyal teorisi çerçevesinde ortaya çıkarılacağı varsayılmıştır. Sadece izleyici yorumları üzerinden bir değerlendirme

¹ Fenerbahçe ile Galatasaray arasında Suudi Arabistan’da oynanması kararlaştırılan Süper Kupa Finalinin, iki takımın da ortak kararıyla oynanmamasına neden olarak gösterilen iki olay bulunmaktadır. Bunlardan ilki takımların üzerinde “Şanlı Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun.” yazılı pankartla sahaya çıkmak ve maç önu ısınmasında Atatürk resmi baskılı tişörtler giymek istemesi olarak gösterilmiştir. Konunun kronolojik gelişimini takip etmek için bkz. Gazete Oksijen (30.12.2023). “İptal Edilen Süper Kupa Krizinin Kronolojisi”. Erişim Tarihi: 21.05.2024. <https://gazeteoksijen.com/spor/iptal-edilen-super-kupa-krizinin-kronolojisi-198501#:~:text=Suudi%20Arabistan%C4%B1n%20Riyad%20kentinde,izin%20vermemesi%20nedeniyle%20iptal%20edildi>

yapılması, izleyicilerin kimliğinin çoğu zaman gizli olması ve hayatlarında hangi sosyal sınıfa dâhil olduklarının belirlenmesinin imkânsızlığı sebebiyle, çalışmanın ana sınırını oluşturmaktadır. Yöntem olarak içerik analizi temel alınmış alınmış olmakla birlikte bazı okuyucu yorumları üzerinden söylem analizi yöntemine de başvurulmuştur.

Sosyal medya platformlarının yapısal özelliklerine “birey failliği” eklenince meseleyi yöntemsel olarak Pierre Bourdieu’nun ‘inşacı yapısalcılık’ perspektifinden incelemenin oldukça anlamlı olacağı kanaatine varılmıştır. Böylelikle failin alandaki manevraları ve geliştirdiği stratejiler hafife alınmayacak ancak yapının, sermaye ilişkileri ile sağlamlaşan vurgusu da göz ardı edilmeyecektir. Bu noktada alan, habitus, stratejiler ve sermaye türleri gibi anahtar kavramların çalışma için oldukça yardımcı olacağı düşünülmektedir.

BULGULAR

Tablo 1.’de görüldüğü üzere, videoların her biri 500 binden fazla izlenmiş, dört yüzden fazla yorum almıştır. Yukarıda değinildiği üzere, yorumlara yapılan beğeniler ve cevaplar üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Bu meyanda, çalışmanın kapsamı dâhilinde Vole’nin canlı yayınında elli ve daha fazla beğeni alan yorum sayısı on birdir. Bu rakam Socrates Dergi yayınında on üç, SkySpor’da ise on dört adettir. Yine Vole canlı yayınında tartışma yapılan yorum sayısı elli bir olup, adı geçen yorumların altında toplam yüz yirmi üç cevap bulunmaktadır. Socrates Dergi canlı yayınında bu sayılar sırasıyla kırk beş, doksan sekiz iken SkySpor canlı yayınında elli altıya, yüz seksen altı şeklindedir.

Tablo 1. Spor Kanalları ve Yayın Başlıkları

Kanal Adı	Yayın Başlığı	Yorum / İzlenme Sayıları
Vole	Süper Kupa ertelendi!	450 / 1.000.000
Socrates Dergi	Süper Kupa İptal! Galatasaray ve Fenerbahçe'den 'Atatürk' Resti	416 / 360.000
	Riyad'dan Canlı Bağlantı, İptalin Yankıları	219 / 271.000
SkySpor	Galatasaray - Fenerbahçe Süper Kupa Maçı İptal Oldu	1561 / 697.000

Tablo 2’de görüldüğü üzere, her üç kanal için de izleyicilerin beğendiği yorum oranı, taraflılığın ortaklaşmayı engelleyici özelliğini ortaya çıkarmaktadır. Tartışmaların yaşandığı yorumların genel yorumlara oranıysa, beğenilerin oldukça üstendedir. Burada ayırt edici bir özellikten bahsetmek gerekmektedir. Canlı yayınların program konuklarından Socrates Dergi’de Mehmet Demirkol’un ve SkySpor’da Batuhan Karadeniz’in yapmış oldukları değerlendirmelerin, yorumlarda tartışıldığı görülmektedir. Habitusun önemli birleşenlerinden olan program sunucularının, Vole canlı yayınında yapılan tartışmalarda, görece ikincil planda kaldıkları görülmektedir. Diğer iki kanalda ise tartışma, program sunucularının konuşmaları çerçevesinde şekillenmiştir. Beğenilerde ortaklaşmanın sağlanamadığı verisiyle değerlendirildiğinde, Vole’de habitusun bileşenlerinden olan program sunucularının, alan dışı yorumlardan kaçındığı düşünülmektedir. Her ne kadar her üç yayında da tartışma, futbolun siyaset ve inanç gibi konularla olan geleneksel ilişkisine evrilmişse de Vole program sunucuları diğer iki kanala oranla bu tartışmanın içine daha az dâhil olmuştur.

Tablo 2. İzleyici Yorumlarına Yapılan Beğeni ve Yorum Sayıları

Kanal Adı	Beğeni Alan Yorum Sayısı	Cevaplanan Yorum Sayısı
Vole	11 (%2,44)	174 (%38,66)
Socrates Dergi	13 (%2,04)	143 (%22,51)
SkySpor	14 (%0,89)	242 (%15,50)

Spor kanallarının canlı yayımları aynı saatte yayınlanmış olsa bile, izleyiciler Youtube’un özelliğinden hareketle, yayımlar arasında geçiş yapabilmektedir. İzlenme sayılarında kullanıcıların hangi yayımları seyrettiği belli olmamakla birlikte Tablo 3’teki veriler, bazı kullanıcıların üç yayını da takip ettiğini göstermektedir. Videoların izleyici sayıları bilinmekle birlikte hangi yayını kimin izlediğini bulmak mümkün görünmemekte, okuyucu yorumlarında oluşan habitusun kesişim noktalarını belirlemek zorlaşmaktadır. Tablo 3’teki örneklerden hareketle “Atatürk Sevgisi” nin habitusu ortaklaştırdığını

söylemek mümkündür. Diğer örnekte görülen “Suudi Arabistan’da maç oynanması kararına oluşan tepki”, ilerleyen süreçte ayrıca değerlendirilecektir. İlâveten, yorumlar için farklı kodlamalar yaparak, habitusun ortaklaştığı ve tartışmaya açık hale geldiği konular da belirlenmiştir. Ortaklaşıl konular sınırlı olurken tartışmaların çeşitlendiği gözlemlenmiştir. Bu durumun oluşmasında beğeniler için belirli bir sınır konulurken, cevap verilen yorumların hepsine bakılması nedenlerden biri olarak gösterilebilir. Ayrıca ortaklaşıl konuların aynı zamanda tartışmalara da sebebiyet verdiği müşahede edilmiştir.

Tablo 3. Üç Spor Kanalında da Ortak Olan İzleyici Yorumları

Kullanıcı adı ve URL’si ²	Yorum ³	Kanal Adı	Beğeni	Cevap
@yorumcu1 (http://www.youtube.com/@yorumcu1)	Dünyada yokken bile dünyaya yön veren DÜNYA LİDERİ 🇧🇷🇮🇹🇵🇰	Vole	12	3
		Socrates Dergi	18	2
		SkySpor	31	3
@yorumcu2 (http://www.youtube.com/@yorumcu2)	Gecenin özeti; bizi birleştirdiğiniz için teşekkür ederiz. Aramız bozduktu kanımız değil. Bir Fenerbahçeli olarak Galatasaraylı kardeşlerim, abilerim, ablalarım söylüyorum. Bu bir milat olsun. Düşman değil rakip olduğumuzu anlayıp asıl düşmanlarımıza karşı tek yürek olalım. Ben sizden razıyım. Yaşa Mustafa Kemal Paşa Yaşa İZİNDEYİZ ATAM 100 YIL SONRADA...	Vole	58	1
		SkySpor	6	1
@yorumcu3 (http://www.youtube.com/@yorumcu3)	Bu skandaldan bir güzellik çıkaralım. Süper Kupa'nın adını "Atatürk Kupası" olarak değiştirelim.	Vole	50	3
		Socrates Dergi	87	2

Tablo 4’te belirtildiği üzere, beğeniler altı konu başlığında toplanmıştır. Vole’de “Program Sunucularına Tebrik”, Socrates Dergi’de “Fenerbahçe ve Galatasaray’ı Tebrik” ve SkySpor’da “Türkiye Futbol Federasyonu (TFF)’nu Eleştiri” ile “Suudi Arabistan’da Maç Oynanması Kararına Oluşan Tepki” konu başlıklarında elli ve daha fazla beğeni alan yorum bulunmamaktadır. Vole’de “Fenerbahçe ve Galatasaray’ı Tebrik” konu başlığı en çok beğeni alan yorumları ihtiva ederken, Socrates Dergi ve SkySpor’da “Program Sunucularını Tebrik” konu başlığı en çok beğeniyi alan yorumları barındırmaktadır. Vole ve SkySpor’un bir yorumda en çok beğeni alan yorumları “Fenerbahçe ve Galatasaray’ı Tebrik” konu başlığında, Socrates Dergi’ninki “Atatürk Sevgisi” olarak belirlenmiştir. Yorumlara yapılan beğeniler özelinde, izleyicilerin genel kanaatinin olumlu dile ve sağduyuya yakın olduğu görülmektedir. Bunların dışında kalan konu başlıkları, ilgili maç organizasyonunun yapıldığı yeri, Türkiye Futbol Federasyonu’nu ve Türk siyasi hayatının milliyetçi söylemini içermektedir. Nitekim futbol alanında cereyan eden gelişmelerin, izleyici habitusundaki karşılığını buradan okumayı kolaylaştırmaktadır.

Tablo 4. İzleyici Yorumlarına Gelen Beğeni Sayıları

Beğeni Yapılan Yorumların Konu Tasnifleri	Vole		Socrates Dergi		SkySpor	
	Yorum	Beğeni	Yorum	Beğeni	Yorum	Beğeni
Atatürk Sevgisi	1	108	2	380	1	166
Fenerbahçe ve Galatasaray’ı Tebrik	5	802	-	-	4	813

² Yorum yapan gerçek kişilerin kullanıcı adı “yorumcu1, yorumcu2 vb.” şeklinde gizlenmiştir. Dolayısıyla URL’lerdeki kullanıcı isimlerinin olduğu bölümler de aynı şekilde belirtilmiştir.

³Youtube izleyici yorumları olduğu gibi alınmış, herhangi bir imlâ düzenlemesi yapılmamıştır.

Milliyetçi Söylem	1	90	2	343	1	94
Program Sunucularını Tebrik	-	-	7	412	8	1174
Suudi Arabistan'da Maç Oynanması Kararına Oluşan Tepki	1	116	1	87	-	-
Türkiye Futbol Federasyonu (TFF)'nu Eleştirir	3	287	1	79	-	-

Socrates Dergi ve SkySpor kanallarının yayınlarında, habitusun bileşenlerinden program sunucularının yorumları ön plana çıkmıştır. Socrates Dergi'de yer alan “Mehmet Demirkol, gerçekten tebrik ederim seni. Hayatımda ilk defa youtube yorumu yapıyorum. Yazmadan geçemedim. Hepinizin ayrı ayrı yüreğine sağlık.. (@yorumcu4)” ve SkySpor yayınına yapılan “HELAL OLSUN BATUHAN SANA(@yorumcu5)” izleyici yorumlarında görüldüğü üzere, doğrudan program sunucularına değinilen örnekler bulunmaktadır. Alanın diğer habitusunu meydana getiren izleyicilerin, doğrudan diğer bileşenler olan program sunucularından etkilendiği anlaşılmaktadır. SkySpor'da yer alan “Batuhan gardaşım ben bi Galatasaray olarak ve kendim bir gazi olarak sizin yayını severek izliyorum... bu gün bütün Fenerbahçe camiyasına Ali koç a çok teşekkür ediyorum... kırmızı çizgimiz olan ATATÜRK ümüzü istiklal marşımız. Kansızlar karşısında 3 kuruşa satmadık ben bu vatan için kanımı seve seve akıttım (@yorumcu6)” cümlelerinde görüldüğü üzere, program sunucularının konuşmalarından hareketle yapılan bazı yorumlarda, izleyiciler kişisel fikirlerini de beyan etmiştir. Vole'de en çok beğeniyi alan “Bir Beşiktaşlı olarak büyük Galatasaray ve büyük Fenerbahçe camiasına çok teşekkür ediyorum. (@yorumcu7)” ifadelerini içeren yorum, izleyicilerin olumlu dile olan ilgisini göstermektedir. SkySpor'un en çok beğenilen yorumu olan “Bir Beşiktaşlı olarak, Galatasaray'ı ve Fenerbahçe'yi onurlu davranışlarından dolayı tebrik ederim.Dünyada örneği varmı bilmiyorum ama Türkiye kupasını maç oynamadan her iki takımımıza verilmesini isterim.Aramız bozuk olabilir ama kanımız bozuk değil çok şükür. (@yorumcu8)” ifadeler, benzer bir sonucu içermektedir. Socrates Dergi yayının en çok beğeni alan “Mezardayken bile dünyaya yön veren tek lider (@yorumcu9)” yorumunda da diğerleri gibi olumlu dil hâkim olmuştur.

Vole'de yer alan yorumlarda program sunucularının fikirleriyle ilgili bilgiler, yorumcular tarafından belirtilmemiştir. İzleyicilerin, program sunucuları tarafından etkilenmediği anlamını çıkarmak için yeterli bir done olmamakla birlikte, izleyicilerin oluşturduğu habitusun futbolun genel havasına dair olan yaklaşımlarında, daha önceden oluşmuş fikirlerini bir anda değiştirmesi de olası görünmemektedir. Beğenilerde, Galatasaray ve Fenerbahçe'nin maça çıkmamak üzere almış oldukları karar olumlarınken, eleştiriler TFF'ye yönelmiştir. Yine beğenilerde, SkySpor'da herhangi bir TFF eleştirisi görülmezken Socrates Dergi'de ise TFF eleştirisiyle beraber iki takıma yönelik de tepkinin olduğu görülmektedir. Socrates Dergi'de yetmiş dokuz beğeni alan “Bizi bu gurur kırıcı duruma sokan, üç kuruş paraya arap eğlendirmek için bu teklifi kabul eden başta TFF olmak üzere Galatasaray ve Fenerbahçe'yi kınıyorum !!! Umarım ders olur ... Ne güzel söylemiş atalarımız "Ne arap'ın yüzü ne Şam'ın şekeri ...”!!! (@yorumcu10)” şeklindeki izleyici fikirleri, kişilerin futbolun dışına çıkarak siyaseten durduğu yere göre konumlandığını göstermektedir. SkySpor'da yer alan “Ne mutlu TÜRKÜM diyene 🇹🇷🇹🇷🇹🇷 (@yorumcu11)” yorumu da futbolun spor olarak kapsadığı alanla ilgili değil, oluşturduğu genel habitusa farklı bir örnek olarak gösterilebilir. Futbolla ilişkilendirilerek yapılan fakat kapsamına siyaseti de alan izleyici yorumları için de benzer değerlendirmeler yapılabilir. Örneğin Vole'de yer alan “Rezil olmadığımız masa yok... Cumhuriyetin 100.yılı neden maç Arabistanda oynanır ki? Paradan daha önemli şeyler var... (@yorumcu12)” yorumda, futbol müsabakası üzerinden herhangi bir kanıtı ihtiyaç duyulmaksızın, izleyicinin Türkiye'nin dünya kamuoyuna “rezil” olduğu, “parasının olmadığı” gibi çıkarımlarda bulunduğunu görmek mümkündür. Futbolun oluşturduğu alan, taraftarlık olgusuyla birleştiğinde, kişi dünya görüşü çerçevesinde maç yorumu yapabilmektedir. Socrates Dergi'de benzer içeriğe sahip “En baştan bu maçın Suudi Arabistan'da oynanma kararı yanlıştı. İlk zamanlarda yeterli tepki gelmedi ama toplumun içine sinmemiştii. 100. Yıla nispet yaparcasına alınmış bir karardı. Bünyeye ters geldi. Çok önceden iptal edilmesi gerekiyordu. Son güne kalmamalıydı. (@yorumcu13)” yorumda da görece ılıman bir dille, kimin “100. Yıla nispet yaptığı” belirtilmeksizin, siyasi bir fikir beyan edilmiştir.

Tablo 5. İzleyici Yorumlarına Gelen Cevap Sayıları

Yorumlara Verilen Cevapların Konu Tasnifleri	Vole		Socrates Dergi		SkySpor	
	Yorum	Cevap	Yorum	Cevap	Yorum	Cevap
Atatürk Eleştirisi	4	9	2	4	3	5
Atatürk Sevgisi	5	16	6	26	5	12
Bağlantı Kurulamayan	5	9	10	13	6	12
Ekonomik Etki	3	8	2	4	1	1
Fenerbahçe ve Galatasaray'a Eleştiri	2	6	1	2	1	1
Fenerbahçe ve Galatasaray'ı Tebrik	5	17	1	1	7	55
Hükümet Eleştirisi	1	2	5	7	3	8
Milliyetçi Söylem	9	23	2	3	3	10
Olumsuz Eleştiri	3	5	1	1	7	18
Sunucularla İlgili	1	1	14	30	17	60
Suudi Arabistan'da Maç Oynanması Kararına Oluşan Tepki	5	17	1	2	1	1
Türkiye Futbol Federasyonu (TFF)'nu Eleştiri	4	15	1	4	2	3

İnsanların farklılıklarını ortaya çıkaran habitusun “sesli” bileşenleri, kendini yorumlara verilen cevaplarda göstermektedir. Zira asıl tartışma bu yorumlar etrafında şekillenmiştir. On iki konu başlığı çerçevesinde yorumlar kategoriye ayrılmış ve Tablo 5’te yorum ve ilgili yorumlara verilen cevap sayıları gösterilmiştir. Vole’de “Milliyetçi Söylem” ön plana çıkarken Socrates Dergi ve SkySpor’da “Sunuculara Tebrik” daha fazla cevaplandırılmıştır. Diğer bir ifadeyle Vole’de izleyici habitusu ön plandayken, diğer ikisinde tartışmalar izleyiciye sunulan habitus çerçevesinde yoğunlaşmıştır. Bu durum, diğer konu başlıklarından uzaklaşıldığı anlamına gelmemektedir. Zira Vole’de yapılan tartışmalar, sunucu bağlamında cevaplandırılmazken, Socrates Dergi’de yer alan “mehmet demirkol istediğim tshirtle çıkarım falan diye amma şov yaptı sanki uefa fifanın sahaya çıkarken siyasi mesajlara izin vermediğini bilmiyormuş, bu talışmatları hayatında hiç duymamış gibi. İçeriğin siyasi olup olmaması farklı bir tartışma konusu (@yorumcu14)” izleyici yorumu örneğinde görüldüğü üzere, sadece program sunucularının fikirleri noktasında değil farklı kategorilerde değerlendirilebilecek içeriğe de sahiptir. Ayrıca beğenilerdeki “Sunuculara Tebrik” kategorisi, cevaplarda kullanılmamıştır. Yapılan tartışmaların bazılarında program sunucularının olumsuz eleştiriye uğradıkları görüldüğünden kategorinin ismi “Sunucularla İlgili” şeklinde genel bir anlama indirgenmiştir. Örneğin SkySpor’da yer alan “Bu yorumcuların evlerine bakın disney+ üyeliği vardır. Burda esp gürüyorlar. (@yorumcu15)” yorumunda görüldüğü üzere, sunucular eleştiriye maruz kalmaktadır. Benzer bir sonucu yine aynı kanalda yer alan “Batuhan kagittan okuyo resmen yatılmış kagidi okuyo lan batu netflix e tek kelime diyemedin ama (@yorumcu16)” cümlelerinden de çıkarmak mümkündür. Socrates Dergi’de “Sunucularla İlgili” kategorisinde değerlendirilen cevapların dilinin SkySpor’dakilere göre daha olumlu olduğunu söylemek mümkündür. Socrates Dergi program sunucusu Mehmet Demirkol olumlu eleştirilerin odağındaki isim olmuştur. “Tarihe geçecek skandala karşı tarihe geçecek bir yayın olmuş. Demirkol'a helal olsun gerçekten... (@yorumcu17) ve “ADAY OL MEHMET DEMİRKOL TFF BAŞKA ADAYI OL (@yorumcu18)” yorumlarından da anlaşıldığı üzere Demirkol’un ifadeleri içeriğiyle beraber izleyici nezdinde kabul görmüştür.

“Sunucuyla İlgili” konu başlığı, incelenen spor kanalları arasında farklı bir ayrımı daha göstermektedir. Socrates Dergi ve SkySpor’da tartışma, adı geçen konu üzerinden devam ederken, Vole’de en çok tartışılan “Milliyetçi Söylem” konusu olmuştur. Konuyu bağlamından koparmaksızın ifade edilmesi gereken noktalardan birisi de yorumların kategorilendirilmesi sırasında, izleyici yorumlarının altında ilgili yoruma verilen cevapların bunun dışında tutulmasıdır. Bir tartışma ortamının oluşması hasebiyle, yorumlara verilen cevaplarda konularda değişkenlik olabilmektedir. Ayrıca anonim kimliklerle sinkafli cevapların yazıldığı da müşahade edilmiştir. Yorum ve cevaplarla ilgili bütüncül bir örnek vermekteki zorluğun ana sebebinin bu durum olduğudur. Örneğin Vole’de

yer alan “Gurur duyuyorum fenerbahçe ve galatasaray tüylerim diken diken... hava alanını yikmamiz lazim .gök çıksın kizil girsın (@yorumcu19)” yorumuna gelen “MUMKUNSE S... G... KARSILA Y... DEKİ BİRDE PARALARI ALIP IMZA ATARKEN AKILINIZ NEREDEYDI DE OLURMU (@yorumcu20)” cevapta, üç nokta (...) ile gösterilen yerler sinkaflı kelimelerden oluşmaktadır. Örnekleri çoğaltmak mümkün olmakla birlikte çalışmanın ahengini bozmaması adına başka örnek kullanılmamıştır. Bu yönüyle cevapların sinkaflı kelimelerden oluşması, Bourdieu (2014)’un ifade ettiği eril tahakkümün, futbol habitusundaki karşılığını göstermektedir. Siyasete ve inançlara ilişkin yorum ve cevaplar da benzer bir sonuca işaret etmektedir. Socrates Dergi’de “Mezardayken bile dünyaya yön veren tek lider (@yorumcu21)” yorumuna verilen ve içerik olarak ilgisi bulunmayan “Ne Şamın şekeri ne arabın yüzü...ALLAH bizim yardımcımız olsun 10 milyon Arap elimizde patladı... (@yorumcu22)” cevabı, maçın atmosferiyle alakalı olmayıp siyasi gündemin yaşanan tartışmalara tezahürünü göstermekte, diliyle de eril tahakkümün varlığını hissettirmektedir.

İnsanların siyaset ve inanç dünyalarının futbol alanına hâkimiyeti, habitusun sosyal sermaye özelliği yorumlarda ve bilhassa yorumlara verilen cevaplarda kendini hissettirmektedir. Socrates Dergi’de yer alan “Hangi ülkede bu kadar futbolda siyaset var? (@yorumcu23)” yorumunda bir izleyici futbol müsabakasına siyasetin bulaştığını iddia ederken ona verilen, “Fakir ülkelerde (@yorumcu24)” şeklindeki cevap, futbol dışı başka bir vakıyı işaret etmektedir. SkySpor’da yer alan “Disney, Atatürk filmini iptal ettiğinde hangi kulüp veya skor(!) yorumcusu gıkını çıkardı! Şimdi herkes Atatürkçü(!) olmuş! Çok inandırıcısın çok! (@yorumcu25)” yorumunda ise bağlamından koparılan bir durum görülmektedir. Futbol yorumcularının Süper Kupa finali ile ilgili açıklamalarına itirazı olan izleyici, siyasi gündemin farklı bir alanında, ilgili program sunucularının fikir beyan etmemesini eleştirmektedir. Habitusun sosyal ve kültürel sermayesinin futbolla olan ilişkisini muğlaklaştıran bu talebe karşın, “Sabote etmeyin kardeşim son derece eleştiri yapıldı. Git sanat sepet tayfaya feryat et. Futbol camiası gerekeni yaptı birşeye de destek olun (@yorumcu26)” şeklinde bir cevapla, tartışma futbol alanına çekilmek istenmiştir. Fakat yorumun altında süregiden tartışmada, “duran6350” isimli izleyicinin yorumu etiketlenerek “@yorumcu26, beni sanat sepet ilgilendirmiyor, ben futbolseverim amigo değil! Bugün Atatürk üzerinden siyaset yapıp futbola siyaseti karıştırma o zaman! (@yorumcu25)” cevabı verilmiş ve kişinin yazdıklarıyla alakalı olmayan bir şekilde izleyici siyaset yapmakla suçlanmıştır. Bu tartışmanın altında doğrudan “@yorumcu25” isimli izleyicinin etiketlendiği sekiz yorum dâhil, toplam otuz iki cevap bulunmaktadır. Tartışma futbol alanından “Disney+ üyeliği ve Atatürk’ün toplumsal karşılığı” konularına yoğunlaşmıştır. Yukarıda değinilen tartışma, futbol alanında var olan taraftar habitusunun sosyal ve kültürel sermayesinin ne olduğuna dair bir ipucu taşımaktadır.

Futbolun, ekonomik boyutunu önceleyen ve ertelenen maçın oluşturduğu atmosferi olumlu bulan yorumlar da dikkat çekmektedir. Vole’de yer alan “Reklamın iyisi kötüsü olmaz sözü, tamda bu olayda anlam kazanıyor. Galatasaray’ın ve de Fenerbahçe’nin marka değeri kesinlikle artmıştır. Dünya spor medyası şimdiden itibaren tüm hafta sonu, bizim kulüpleri konuşacaktır. Dünya spor alanında, kulüplerimizin duruşları marka değerlerini artırmıştır. (@yorumcu27)” yorumunda, çoğu izleyicinin tartıştığı konulara değinilmediği ve sadece ekonomik olayın ekonomik katkısı üzerinde durulduğu görülmektedir. Bununla birlikte bu yorumuna gelen sekiz cevabın tamamı ise tersini işaret etmektedir. “Ekonomik Etki” konu başlığında değerlendirilen diğer beş yorumun tamamında ise ekonomi diğer bileşenlerle beraber değerlendirilmiştir. “@yorumcu28” isimli kullanıcı, Suudi Arabistan’ın tavrını Türkiye’de “ekonominin kötü olması”na bağlarken, “@yorumcu29” isimli kullanıcı Türkiye Süper Ligi yayın ihalesinin iptal edilerek, “Katarlı firma”dan alınmasını istemektedir. Futbolla doğrudan ilgiliymiş gibi görünen buna benzer yorumlarda, esasında farklı aidiyetlerin oluşturduğu fikirlerin, habitusun davranışlarını etkilediği görülmektedir. Örneğin Vole’de yer alan “Yeni federasyon başkanı 4 büyük kulübe de uzak takım tutmayan ama futboldan çok iyi anlayan biri olsun yoksa hayatta bitmez bu tartışmalar (@yorumcu30)” şeklinde, futbolun mecrasında akması yönünde fikir beyan eden yorumuna gelen “Knk arap sevicı olmasın yeterli. İster gslı ister fbli olsun (@yorumcu31)” cevapta, olayın sıcaklığının da etkisiyle izleyicinin kişisel tercihlerinin konuyu futbol alanından dışarı taşıdığı görülmektedir. Keza “Atatürk Eleştirisi” ve “Hükümet Eleştirisi” konu başlıklarında değinilen yorum ve cevaplarda da benzer durumun olduğu müşahade edilmiştir.

SONUÇ

Dijital platformların etkileşimli yayıncılığı daha görünür hale getirmesiyle, futbol yayıncılığının keskin dönüşümler yaşadığı bilinmektedir. Özellikle de Youtube platformu günümüzde futbol yayıncılığının ana paylaşım alanlarından biri olmuştur. Bu çalışma, maç sonrası canlı yayınların izleyici kitlesi üzerindeki etkisini anlamak ve futbol tartışmalarının geniş bir sosyal ve kültürel bağlama diğer bir ifadeyle habitusa nasıl eklenildiğini inceleme fırsatı vermiştir. Bunun için Vole, Socrates Dergi ve SkySpor isimli Youtube kanallarının canlı yayınlarında gerçekleşen tartışmaların yorumları ve bu yorumlara verilen cevaplar ele alınmıştır. Anılan kanalların izleyicileri, futbol yayıncılığının içeriğini şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla yayınların sohbet bölümlerinde gerek program sunucularına verilen cevaplarda gerekse izleyiciler arasında yaşanan tartışmalar ve etkileşim habitusunun özelliklerini oluşturmaktadır.

Bu çalışmada, alan olarak futbol özelinde, habitusu oluşturan futbol yayınları ve habitusunun diğer bileşenleri olan izleyicilerin, birbirlerinin sosyal ve kültürel sermayelerini ne surette etkilediklerine odaklanılmıştır. Program sunucularının yorumları, izleyicilerin düşüncelerini şekillendirmede önemli bir rol oynamakta, Youtube izleyicilerin etkileşimini elde edebilmek için program sunucularının çaba göstermelerine olanak sağlamaktadır. Özellikle, Socrates Dergi ve SkySpor kanallarındaki program sunucularının yorumları, izleyiciler arasında geniş kapsamlı tartışmalara neden olmuştur. İlgili kanallardaki program sunucularının, siyasi ve/veya futbol dışı diğer konuları yorumlarında belirtmeleri, izleyiciler arasında tartışmaların sunucular üzerinden yürütülmesine yol açmıştır. Bu tartışmalarda, izleyicilerin gerçek hayattaki siyaset, inanç gibi sosyal ve kültürel meselelere bakış açılarının futbola yansıdığı görülmektedir. Vole yayınında yapılan yorumlarda da benzer konular tartışılmakla birlikte program sunucuları olayın önüne geçmemiştir.

Fenerbahçe ile Galatasaray arasında oynanması planlanan Süper Kupa finalinin oynanamamasının nedeni olarak bazı kısıtlamalar gösterilmiştir. İki takımın da problem olarak gördüğü durum, Suudi yetkililerin Cumhuriyetin 100. Yılı temalı pankartla sahaya çıkılmasına ve ısınma sırasında Atatürk baskılı tişört giyilmesine müsaade etmediği şeklinde, medyada paylaşılmıştır. Sürecin yönetilmesinde yaşanan problemler, eğer farklı bir durum varsa bile konunun kapsamlı olarak değerlendirilmesine mani olmuştur. Bununla birlikte, futbol yayınlarının izleyiciler üzerindeki etkisi; siyaset, inanç vb. konuların futbol tartışmalarına nasıl yansıdığını göstermektedir. İzleyici yorumları, futbolun sadece bir spor etkinliği olmaktan çıkıp, toplumun farklı dinamiklerini etkileyen bir aktivite haline geldiğini göstermektedir. Yorumlara yapılan beğenilerde futbol menşeli konular ön plana çıkarken, tartışmaların yapıldığı yorumlarda farklı saiklerin devreye girdiği görülmüştür. Bu durum, tartışma ortamının oluşması halinde futbolun izleyiciler üzerindeki etkisinin sadece kendisiyle sınırlı kalmadığını, aynı zamanda sosyal ve kültürel boyutlara haiz olduğuna işaret etmektedir.

“Beğeni Yapılan Yorumların Konu Tasnifleri”nin derlendiği tabloya bakıldığında, altı konu başlığından sadece ikisinin futbolla alakalı olmadığı görülmektedir. Yukarıda değinilen sebeplerden ötürü maçın oynanmadığı göz önüne alınırsa “Atatürk Sevgisi” ve “Milliyetçi Söylem” konularının da beğeniler arasında olması anlaşılır olmaktadır. Bunlar dışındaki beğeniler futbolla ilgili olup dikkat çekici diğer bir sonuç olumsuz anlam yüklü yorumlar yoğun beğeni almamış olmasıdır. “Yorumlara Verilen Cevapların Konu Tasnifleri”nin derlendiği tabloya bakıldığında ise oldukça farklı bir sonuç ortaya çıkmaktadır. On iki farklı konu tasnifinin yapıldığı yorumlara verilen cevaplar bölümünde, sadece beş tanesi futbolla doğrudan ilgilidir. Diğer cevapların ana örgüsü, toplumun farklı düşüncelere sahip olduğu konular üzerinden şekillenmiştir. Habitusu oluşturan izleyiciler, bir futbol maçının sadece futbol maçı olmadığını bir kez daha göstermiştir. Kültürel ve sosyal sermayenin bir konu özelinde kalmadığını, farklı alanlarda imkân bulması durumunda kendini gösterdiğini söylemek mümkündür. Tartışma ortamının zamanla sinkaflı kelimelerle bezenmesi ve eril tahakkümün bir futbol maçı sonrası ortaya çıkması şaşırtıcı olmamakla birlikte beğenilerde olumlu dilin rağbet görmesi, habitusunun yalnızca “sesli” gürühten değil “sessiz” çoğunluktan da oluştuğunu bir kez daha gözler önüne sermiştir.

Alan ve habitus kavramlarının açıklanmasında, izleyicilerin sosyal ve kültürel sermayelerinin belirgin olması istenmekle birlikte, Youtube gibi sosyal medya platformlarının kişi kimliklerini

belirsizleştirmesi diğer bir ifadeyle anonim kimliklerle tanınmazlık üzerinden yeni bir “habitus” oluşturulması gerçeğini de göz önüne almak gerekmektedir. Bourdieu’nun yıllara dayanan gözlemleri üzerine ortaya koyduğu bu iki kavramı, anonim kimlikler üzerinden tekrar ölçmeye çalışmanın bazı noktaları eksik bırakacağı varsayılabilir. Şüphesiz bu fikrin kendi içinde tutarlı tarafları olduğu açıktır. Bununla birlikte medyanın “yeni” formatının da Bourdieu’nun yaklaşımlarıyla açıklanmaya çalışılmasının, alanyazında katkısı olacağı düşünülmektedir. Futbol gibi toplumun hemen her kesiminin ilgi duyduğu bir konuya, futbol dışı olayların da eklenmesiyle toplumsal ilginin arttığını söylemek de mümkündür. Dolayısıyla sosyal medyada bir konu hakkında verilen tepkilerin ölçümü, toplumun olaylara bakış açısını yansıtması bakımından önemli hale gelmektedir. Her ne kadar izleyicilerin sosyal ve kültürel sermayelerini belirleyebilmek, kimliklerin gizliliği ve manipülasyona açık olması sebebiyle klasik yöntemlere göre zor olsa da ortaya çıkan “yeni” durumu açıklamak için kullanılmayacağı anlamına gelmemelidir. Bu çalışma özelinde ortaya konan bulguların farklı çalışmalarla elde edilen verilerle birlikte değerlendirilmesi literature sağlayacağı katkıyı arttıracaktır.

KAYNAKÇA

- Arık, M. B. (2008). “Futbol ve Televizyon Bağı: Simbiyoz Beslenme”. Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi. 26: 197-222.
- Aydoğdu, V. (2023). “Dijitalleşen Spor Medyası: İzleyici Kanaatlerinin İncelenmesi”. Turkish Online Journal of Design Art and Communication. XIII/3: 848-857. Doi:
- Baudrillard, J.(2010). Simülasyon ve Simülakr. (çev Oğuz Adanır). Doğu Batı Yayınları.
- Bayram, P. (2022). Dijital Çağda Gazetecilik: Geleneksel ve Dijital Gazetecilik Pratiklerinin Karşılaştırılması. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 2022(58), 153-169. Doi:
- Bourdieu, P. (1995). Pratik Nedenler. (çev. Hülya Tufan). Kesit Yayınları.
- Bourdieu, P. (2014). Eril Tahakküm. (çev. Bediz Yılmaz). Bağlam Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (2015a). Ayrım- Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi. (çev. Derya Fırat ve Günce Berkurt). Heretik Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015b). Pratik Nedenler-Eylem Kuramı Üzerine. (çev. Hülya Uğur Tanrıöver). Hil Yayınları.
- Bourdieu, P. (2018). Bir Pratik Teorisi İçin Taslak Kabiliye Üzerine Üç Etnoloji Çalışması. (çev. Nazlı Ökten). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Budak, E. (2019). “Türk Medyasında Dijital Spor Yayıncılığı Üzerine Bir Araştırma”. TRT Akademi. IV/8: 226-245.
- Dündar, Y. (2021). Türk Medyasında Dijitalleşen Spor Yayıncılığı: "Socrates Dergi" Youtube Kanalı Örneği. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Evren, F. (2022). “Yeni Medyada Nefret Söylemi ve Türkiye’deki Futbol Kültürü”. Uluslararası Sosyal Bilimler ve Sanat Araştırmaları. I/1: 1-22.
- Filibeli Erbaysal, T. vd. (2022). “Türkiye’de Medya ve Demokrasi: Medyada Çoğulculuğu İzleme Raporu Üzerine Bir Analiz”. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi. 37: 136-163.
- Gazete Oksijen (30.12.2023). “İptal Edilen Süper Kupa Krizinin Kronolojisi”. Erişim Tarihi: 21.05.2024. <https://gazeteoksijen.com/spor/iptal-edilen-super-kupa-krizinin-kronolojisi-198501#:~:text=Suudi%20Arabistan%C4%B1n%20Riyad%20kentinde,izin%20vermemesi%20nedeniyle%20iptal%20edildi>
- Goode, L. (2009). “Social News, Citizen Journalism and Democracy”. New Media & Society. XI/8: 1287-1305.
- Hase, V. vd. (2023). “Adapting to Affordances and Audiences? A Cross-Platform, Multi-Modal Analysis of the Platformization of News on Facebook, Instagram, TikTok, and Twitter”. Digital Journalism. XI/8: 1499-1520.
- İnce, G. B. (2019). “Bourdieu Sosyolojisi Bağlamında Bir Alt-Alan Olarak Yerel Basın: İzmir Örneği”. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi. 31: 35-65.
- İnternet Araştırmaları Koordinatörlüğü, Türkiye Dijital 2023, <https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/HQTLP.pdf>
- Kısaoglu, Ö. (2024). “Yeni Medya Olanaklarıyla Değişen Yayıncılık Biçimleri ve Youtube’da Spor Yayıncılığı”. Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi. XXV/46: 411-427.

- Kızılkaya, Z. Z. (2020). “Sosyal Medya Kullanıcılarının Metalaşması: YouTuberlar Üzerine Bir İnceleme”. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*. 35: 63-91.
- Köse, H. (2020). “Teknik Belirlenimci Medya Kültürü Bağlamında Dijital Gerçeklik-Veri-Anlam İlişkisi Üzerine Epistemik Bir Tartışma”. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*. 5: 7-29.
- Küçükıralı, Z. - K. E. AFŞAR (2022). “Dijital Verinin Finansallaşması ve Platform Kapitalizmi”. *Öneri Dergisi*. XVII/58: 665-690.
- Lazzarato, M. (1996). ““Immaterial Labor” Radical Thought in Italy”. A Potential Politics içinde (ed. Paulo Virno ve Michael Hardt). University of Minnesota Press.
- Nieborg, D. – T. POELL (2020). “The Platformization of Making Media”. *Making media: Production, Practices, and Professions* içinde (ed. Mirjam Prenger and Mark Deuze). Amsterdam University Press.
- Özmen, K. (2022). “Gazeteciliğin Değişimi ve YouTube’daki Temsili”. *Medya ve Kültür*. II/1: 10-27.
- Özsoy, S. (2012). “Türkiye’de Bilişim Teknolojisi ile Değişen Spor Gazeteciliği”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 41: 81-102.
- Pulurluoğlu, T. (2023). *Gazeteciliğin Dijital Dönüşümü ve Spor Haberciliğine Etkileri: Youtube Örneği*. Aksaray: Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Swartz, D. (2018). *Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu’nün Sosyolojisi*. (çev. Elçin Gen). İletişim Yayınları.
- Talimciler, A. (2006a). “Sosyolojik Açından Futbol Fanatizmi”. *Sosyoloji Dergisi*. 15: 92-104.
- Talimciler, A. (2006b). “Türkiye’de futbol ve ideoloji ilişkisi: Medya’daki futbol söylemi üzerine bir inceleme”. *Sosyoloji Dergisi*. 15: 129-140.
- Taşdelen, B. – M. Kesim (2014). “Etkileşimli Televizyon Geleneksel Televizyona Karşı: Televizyon İzleyicisi Ne İster?”. *Selçuk İletişim*. VIII/3: 268-280.
- Tok, İ. (2021). “Ulusal Gazetelerin Bir Haber Mecrası Olarak Youtube’u Kullanma Biçimlerinin İncelenmesi”. *Selçuk İletişim*. XIV/1: 306-335.
- Turgut, H. (2023). *Makine Olarak İnternet vs İnternet Makine*. Literatürk Yayınları.
- Vázquez-Herrero, J. vd. (2019). “Ephemeral Journalism: News Distribution Through Instagram Stories”. *Social Media + Society*, V/4:
- Yıldırım, B. (2013). *Gazeteciliğin Dönüşümü: Yöndeşen Ortam ve Yöndeşen Gazetecilik*. *Selçuk İletişim*, 6(2), 230-253. <https://doi.org/10.18094/si.58612>
- Youtube (2024). “YouTube İş Ortağı Programı’nda Para Kazanma Yolları”. Erişim Tarihi:21.05.2024.https://support.google.com/youtube/answer/72857?hl=tr&ref_topic=9257989&sjid=17376561170804464566-EU
- Youtube/SkySpor (29.12.2023). “Galatasaray - Fenerbahçe Süper Kupa Maçı İptal Oldu”. Erişim Tarihi: 21.05.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=5Kg4GhKvE10>
- Youtube/Socrates Dergi (29.12.2023). “Riyad’dan Canlı Bağlantı, İptalin Yankıları”. Erişim Tarihi: 21.05.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=P9d2oH6UUqk&t=1s>
- Youtube/Socrates Dergi (29.12.2023). “Süper Kupa İptal! Galatasaray ve Fenerbahçe’den 'Atatürk’ Resti’”. Erişim Tarihi: 21.05.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=wRIroSaqqh0&t=1s>
- Youtube/Vole (29.12.2023). “Süper Kupa ertelendi!”. Erişim Tarihi: 21.05.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=wRIroSaqqh0&t=1s>
- Yüksel, H. (2021). “Sosyal Medyada Futbol Endeksli Spor Gazeteciliği”. *Spor ve Medya İlişkisi* içinde (ed. Güven Necati Büyükbakkal ve Mustafa İnce). Eğitim Yayınevi.

EXTENDED ABSTRACT

In this study, within the framework of Pierre Bourdieu's concepts of field and habitus, audience comments on sports channels broadcasting on YouTube are analyzed. Football was chosen as the field in which the game will be established. Therefore, the focus was on football broadcasts of sports channels. The habitus, the field's actors, was constructed in a dual structure. Firstly, the evaluations of the program presenters were accepted as part of the habitus. Secondly, habitus was constructed through viewer comments. In this study, the secondary habitus is at the center. The analysis focuses on the live broadcast comments on the Super Cup Final, which was scheduled to be played between Fenerbahçe and Galatasaray in Saudi Arabia on 29 December 2023, but neither team took the field. Before the match, the debates about the match's venue attracted the public's attention as it was covered

in the media. The debates that emerged on the day of the match, on the other hand, paved the way for an increase in public interest as they had the quality to increase the impact of football on the social and cultural sphere.

Within the scope of the research, the live broadcasts of the three channels with the most followers on YouTube about the Super Cup final were selected. Since L1 Triangle, in second place, and Sports Digitale, in third place on the list, did not have live broadcasts of the match, the broadcasts of the fourth- and fifth-ranked sports channels were analyzed. Thus, the channels analyzed were Vole, Socrates Dergi, and SkySpor. By analyzing the viewer comments of live broadcasts on selected YouTube channels in the context of Bourdieu's social theory, the way the football field is shaped and the reflections of viewer habitus in this field are evaluated. The viewers' comments above were divided into two categories. Firstly, the comments with fifty or more likes were analyzed under the topics appropriate to their content. Secondly, the responses to the audience's comments were analyzed using the subject headings. While determining the issues that the habitus has in common with the viewer comments with a high number of likes, it was tried to understand the issues that the habitus discusses and diverges in the responses to the comments. Unlike traditional media, YouTube sports channels offer mutual interaction with viewers. This situation leads to a reshaping of the dynamics of the football field. Program presenters can actively see the comments made on their broadcasts while making evaluations. It is assumed that this will be reflected in their speeches. In addition, since viewers can actively participate in the discussion, they can share their opinions with other viewers.

This aspect of social media is also used as a criterion in determining the institutional response to issues such as football. On this occasion, the comments made on live broadcasts reveal how power relations and social capital are distributed in football. The language of the audience comments and the way they narrate the events show the formation of Bourdieu's concept of masculine domination by habitus in football. The viewer comments reflect the beliefs and habits of the viewers about football, as well as their feelings (habitus) regarding politics and faith. In other words, it shows how group belonging is shaped and expressed. The comments made during the live broadcast also reveal how the viewers use their cultural capital and how they are positioned in the social sphere through this capital. According to the results of this study, within the framework of Bourdieu's concepts of field and habitus, viewers' comments can be analyzed meaningfully. The viewers' comments provide valuable information on how football culture is shaped and its relationship with values such as politics and belief. In addition, it allows for an evaluation of the effects of YouTube on football viewers and how viewers interact in the new media environment.