



T.C.

**AĞRI İBRAHİM ÇEÇEN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİMDALI
HAREKET VE ANTRENMAN BİLİM DALI**

Harun YILMAZ

**FUTBOL TARAFTARLARININ TAKIMLARINA OLAN GÜVEN,
ÖZDEŞLEŞME VE SADAKAT DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Cemal Berkan ALPAY

AĞRI-2021

T.C.
AĞRI İBRAHİM ÇEÇEN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİMDALI
HAREKET VE ANTRENMAN BİLİM DALI

Harun YILMAZ

**FUTBOL TARAFTARLARININ TAKIMLARINA OLAN GÜVEN,
ÖZDEŞLEŞME VE SADAKAT DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ**
YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ
Doç. Dr. Cemal Berkan ALPAY

AĞRI-2021

TEZ ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum “**Futbol Taraftarlarını Takımlarına Olan Güven, Özdeşleşme ve Sadakat Düzeylerinin İncelenmesi**” adlı tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sağlık Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

Harun YILMAZ

ÖZET

FUTBOL TARAFTARLARININ TAKIMLARINA OLAN GÜVEN, ÖZDEŞLEŞME VE SADAKAT DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ

Bu araştırma futbol taraftarlarının takımlarına olan güven, özdeşleşme ve sadakat düzeylerinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Çalışmada kolay örnekleme tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırma grubunu; Türkiye’de bulunan 172 kadın, 330 erkek olmak üzere toplam 502 Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray taraftarları oluşturmaktadır. Grup oluşumu, seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden uygun (kazara) örnekleme yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Veri toplama aracı içerisinde bireylerin; demografik bilgileri için “Kişisel Bilgi Formu”, taraftarın güven duygusunu belirlemek için Açık ve Karademir (2019) tarafından geliştirilen “Spor Kulübüne Güven Ölçeği”, özdeşleşme düzeylerini belirlemek için Wann ve Branscombe (1993) tarafından geliştirilen, Türkçe uyarlaması Günay ve Tiryaki (2003) tarafından yapılan “Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği” ve sadakat düzeylerini ölçmek için Jung (2012) tarafından modifiye edilen, Türkçe uyarlaması Polat, Sönmezoğlu, Yıldız ve Çoknaz (2019) tarafından yapılan “Takım Sadakati Ölçeği” kullanılmıştır. Araştırmada kullanılacak olan anket formları araştırmacı tarafından online anket yöntemiyle bireylere ulaştırılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular değerlendirildiğinde sonuç olarak taraftarların medeni durumu değişkeni, taraftarların öğrenim durumu değişkeni, taraftarların maç takip etme durumu değişkeni, taraftarların maç takip etme durumu değişkeni, yaş değişkeni ile bağımlı değişkenler, korelasyon testi sonuçları, antrenöre güven, başkana güven alt boyutu ile takımla özdeşleşme, sporcuya güven alt boyutu ile takımla özdeşleşme alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkinin varlığı tespit edilememiştir. Beşiktaş’ı destekleyen taraftarlar ile Galatasaray’ı ve Fenerbahçe’yi destekleyen taraftarlar arasında, istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilemezken, anlamlı farklılığın Fenerbahçe ve Galatasaray taraftarları arasında olduğu belirlenmiştir. Takımla özdeşleşme alt boyutunda Fenerbahçe’yi destekleyen taraftarlar ile Galatasaray’ı destekleyen taraftarlar arasında olduğu görülmektedir. Taraftarların tuttuğu takım değişkeni, cinsiyet değişkeni, taraftarların maç takip etme durumu değişkeni kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati

düzeylerine ait antrenöre güven, takımla özdeşleşme, davranışsal sadakat ve tutumsal sadakat alt boyutlarında, istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır.

2021,66 sayfa

Anahtar Kelimeler: Güven, Sadakat, Futbol, Taraftar, Özdeşleşme



ABSTRACT MASTER

ANALYSIS OF TRUST, IDENTIFICATION AND LOYALTY LEVELS OF FOOTBALL FANS TEAMS

This research was conducted to examine the trust, identification and loyalty levels of football fans to their teams. Easy sampling technique was used in the study. The research group; A total of 502 Beşiktaş, Fenerbahçe and Galatasaray fans, 172 women and 330 men, in Turkey. Group formation was carried out by convenient (accidental) sampling method, which is one of the non-random sampling methods. In the data collection tool, individuals; "Personal Information Form" for demographic information, "Sports Club Confidence Scale" developed by Açak and Karademir (2019) to determine the confidence of the fans, Turkish version developed by Wann and Branscombe (1993) to determine the levels of identification, Günay and Tiryaki (2003) The "Sports Supporter Identification Scale" was used to measure loyalty levels, and the "Team Loyalty Scale" modified by Jung (2012) and adapted into Turkish by Polat, Sönmezoğlu, Yıldız, and Çoknaz (2019). The questionnaire forms to be used in the research were delivered to the individuals by the researcher using the online questionnaire method. The data obtained in the research were analyzed in the computer environment through the SPSS program. When the findings are evaluated, as a result, the marital status variable of the fans, the education status of the fans, the variable of watching the match of the fans, the variable of watching the match of the fans, the dependent variables with the age variable, the results of the correlation test, the trust in the coach, the trust in the president sub-dimension and identification with the team. There was no statistically significant relationship between the sub-dimension of trust in the athlete and the sub-dimensions of identification with the team. While there was no statistically significant difference between the supporters of Beşiktaş and those who supported Galatasaray and Fenerbahçe, it was determined that there was a significant difference between Fenerbahçe and Galatasaray fans. In the sub-dimension of identification with the team, it is seen that there is a difference between the fans who support Fenerbahçe and those who support Galatasaray. A statistically significant difference was found in the sub-dimensions of trust in the coach, identification with the team, behavioral loyalty and attitudinal loyalty of the supporters' team variable,

gender variable, Fans' watching the match variable, trust in the club, identification with the team and team loyalty levels.

2021,66 pages

Keywords: Trusty, loyalty, football, supporter, identification



TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimim ve tez çalışmalarım süresince, bana her konuda yol gösteren yardımlarını esirgemeyen danışmanım Doç. Dr. Cemal Berkan ALPAY hocama ve yüksek lisans ders hocalarıma en içten duygularıyla teşekkür ederim. Tez çalışmasının doğru bir şekilde uygulanması yolundaki katkı ve desteklerinden dolayı Prof. Dr. Gökhan BAYRAKTAR, Dr. Öğr. Üyesi Serkan TEVABİL AKA, Dr. Öğr. Üyesi M. Zahit KAHRAMAN hocama ayrıca tez çalışmamın yürütülmesi aşamasında, istatistiki analizlerin yapılmasında ve tezimin yazım sürecinde emeklerini esirgemeyen kıymetli hocam Muş Alparslan Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi Abdullah GÜMÜŞAY hocama teşekkür ederim.

Son olarak bana hayatımın her aşamasında desteğini esirgemeyen aileme ve dostlarıma sevgi ve saygılarımı sunarım.

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Taraftarların demografik özelliklerine ait istatistiksel dağılımlar.....	27
Tablo 2. Taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati durumlarının cinsiyet farklılıklarına ininde karşılaştırılması.....	28
Tablo 3. Katılımcıların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeylerinin medeni durum değişkenine nazarında karşılaştırılması	29
Tablo 4. Taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeylerinin öğrenim durumu değişkenine göre karşılaştırılması	30
Tablo 5. Taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeylerinin maç takip etme durumu değişkenine göre karşılaştırılması	30
Tablo 6. Taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeylerinin lisanslı ürün satın alma durumu değişkenine göre karşılaştırılması	31
Tablo 7. Taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeylerinin taraftarı olunan takım değişkenine göre varyans analizi sonuçları	33
Tablo 8. Taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme, takım sadakati düzeyleri ve yaş değişkeni arasındaki korelasyon testi sonuçları	34

KISALTMALAR DİZİNİ

TS: Trabzonspor

FB: Fenerbahçe

BJK: Beşiktaş Spor Kulübü

GS: Galatasaray

GSGM: Gençlik Spor Genel Müdürlüğü

FIFA: Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği

UEFA: Avrupa Futbol Federasyonları Birliği

TİCİ: Türkiye İdman Cemiyeti İttifakı

İÇİNDEKİLER

TEZ ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI	ii
ÖZET.....	I
ABSTRACT MASTER.....	III
TEŞEKKÜR	V
TABLolar DİZİNİ	VI
KISALTMALAR DİZİNİ	VII
1. GİRİŞ	1
1.1. Problem	2
1.2. Amaç	2
1.3. Önemi	2
1.4. Varsayımlar	2
1.5. Araştırmanın Hipotezleri	2
1.6. Sınırlılıklar.....	4
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	5
2.1. Tanımlar ve Kavramlar.....	5
2.1.1. Futbol	5
2.1.2. Taraftar	14
2.1.3. Özdeşleşme Kavramı	19
3. YÖNTEM.....	24
3.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	24
3.2. Veri toplama yöntemi ve ölçüm düzeyi.....	24
3.3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler.....	25
3.4. Verilerin Analizi.....	26
4. BULGULAR.....	27
5. TARTIŞMA ve SONUÇ	36
KAYNAKLAR	41
ANKET FORMU	49
ÖZGEÇMİŞ.....	53

1. GİRİŞ

Futbolun ortaya çıkışı MÖ 2500’li yıllara dayanmaktadır. İnsanların futbola önem verdikleri eski dönem de yapmış oldukları duvar resimlerinde görülmektedir. Günümüzde ise futbol bireyler tarafından çok fazla sevilen bir branş haline gelmiştir. Bu durumda beraberinde taraftarların güven, özdeşleme ve sadakat kavramlarının gün yüzüne çıkmasını sağlamıştır. Taraftar kavramı, aynı düşünceleri ve renklere gönül veren bir grubu ifade etmektedir (Karatoprak, 2019). Özdeşleme kavramı ise, bireylerin taraftarı oldukları takımlara karşı göstermiş oldukları sosyal ve psikolojik bağ olarak tanımlanmaktadır (Funk and James, 2001). Bu nedenle taraftarlar destekledikleri takımlarının başarılarını ya da başarısızlıklarını takımlara karşı göstermiş oldukları psikolojik bağlılıktan dolayı kendi başarıları ya da başarısızlıkları olarak algılayabilirler (Ashforth and Mael, 1989). Dolayısıyla bu özdeşleşme ve kişiselleştirme durumu da bireylerde rakip takımların taraftarlarına karşı daha çok saldırgan davranışlar sergilemelerine neden olabilir.

“Futbol takım fanlığının ruhsal ve insancıl sebeplerden ortaya çıktığı” söylenmiştir (Acet, 2001). Toplumun tüm kesimindeki kişilerin farklı ihtiyaçları vardır. Bunlar dürtülerle harekete dönüşür ve bir ihtiyaçtan doğan doyuma ulaşılır. İşte futbol takımı fanlığının temelinde bu vardır. Fanlar kişisel hayatlarındaki beklentilerini ve umutlarını takımlarının başarıları ile karşılarlar (Moralı, Acar, 1998).

Şüphesiz futbolun ünlü olması sebebiyle fanların yürek verdikleri futbol kulübüne bağlılıklarını ve takımlarıyla özdeşleşmelerinin göstergesi olarak bir arada toplanarak dernekler kurup, bu derneklere üye olup maddi ve manevi desteklerini esirgememektedirler. Özellikle toplanmaları olanaksız kitleleri bir araya getiren spor ve dolayısıyla futbol, kazanmaya yönelik bir spor türü olması nedeniyle “fair play” den uzak ortamları da beraberinde getirmektedir. İnsanların yaşamlarında bu kadar olumlu ve olumsuz etkiye sebep olan futbol fanlığı çoğu araştırmaya konu olmuştur. Ancak literatür taraması yapıldığında futbol kulüplerine gönül vermiş taraftarlarla ilgili araştırmaların o kadar da fazla olmadığı görülmektedir.

1.1.Problem

Futbol taraftarlarının takımlarına olan güven, özdeşleşme ve sadakat düzeyleri arasında ilişki var mı?

1.2.Amaç

Bu araştırmanın amacı; futbol taraftarlarının takımlarına olan güven, özdeşleşme ve sadakat düzeylerini belirlemek için amaçlanmıştır.

1.3.Önemi

Günümüz dünyasında koca bir ekonomik gücü eline alan futbol, takımlar yeni taraftarlara ulaşmak ve elde olanları tutmak için rekabet halindedirler. Futbol vasıtasıyla kulübün gözde olması, markanın oluşturduğu kişiliğin fanlara hitap etmesi gerekmektedir. Bu yüzden olumlu algılanan gözde kişiliği fanların kendilerini takımla özdeşleşebilirliğini artırmakta ve yüksek marka bağlılığına etki etmektedir. Bundan dolayı takımlar için tüketimin artırılmasına kazanım sağlayacak unsurların tespiti mühim olmaktadır. Çalışmanın işletim kısmı futbol taraftarı olması ve bu alanda çalışmaların az olmasıyla araştırmanın önemini artırmaktadır.

1.4.Varsayımlar

Çalışmaya katılan futbol taraftarlarının anket formu ve kişisel bilgi formunda yer verdiğimiz soruları içten ve dürüst bir şekilde cevapladıkları varsayılmaktadır. Futbol taraftarlarının takımlarına olan güven, özdeşleşme ve sadakat düzeylerini belirleyecek nitelikte olduğu varsayılmaktadır.

1.5.Araştırmanın Hipotezleri

Hipotez 1:

H₀: Taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık yoktur.

H₁: Taraftarların Kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 2:

H₀: Taraftarların Kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri ile medeni durum değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık yoktur.

H₁: Taraftarların Kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri ile medeni durum değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 3:

H₀: Taraftarların Kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri ile öğrenim durumu değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık yoktur.

H₁: Taraftarların Kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri ile öğrenim durumu değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 4:

H₀: Taraftarların Kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri ile taraftarı olunan takım değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık yoktur.

H₁: Taraftarların Kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri ile taraftarı olunan takım değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 5:

H₀: Taraftarların Kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri ile maç takip etme durumu değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık yoktur.

H₁: Taraftarların Kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri ile maç takip etme durumu değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 6:

H₀: Taraftarların Kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri ile lisanslı ürün satın alma durumu değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık yoktur.

H₁: Taraftarların Kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri ile lisanslı ürün satın alma durumu değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 7:

H_0 : Taraftarların yaşı ile Kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki yoktur.

H_1 : Taraftarların yaşı ile Kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır.

1.6.Sınırlılıklar

Bu çalışmada, Türkiye'deki 3 büyük futbol takımının taraftarları farklı demografik özellikleri ile sınırlıdır.

Yine araştırmamızın bir diğer sınırlılığı ise futbol taraftarlarına uygulanmasıdır.



2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.Tanımlar ve Kavramlar

2.1.1. Futbol

Futbol, İngiliz dilinde “foot” ve “ball” kelimelerinden ismini alan ve ayakla oynanan bir oyundur. Futbolun en bariz özelliği; yerine göre bedensel, ruhsal ve zihinsel özelliklerin, yaratıcı zekâ, rastlantı veya yeteneğin rol oynadığı, kazanan ve kaybedenin olduğu, çeşitli kurallar çerçevesinde eğlence amaçlı yapılan bir faaliyettir (Renklikurt, 1999).

Futbol; bir kaleci toplam on birer kişiden oluşan 2 takım 22 kişiyle oynanabilen, yuvarlak şeklinde farklı bir malzemeden yapılabilen topun, kaleciler hariç el ve kol kullanılmayan, ayak, baş ve vücudun tüm bölümleri kullanılarak kale çizgisini geçmesiyle gol sayılmasına dayalı bir oyundur. Bulunduğumuzun çağın en gözde spor dalıdır. Zira futbol oynamak için çok güçlü vücut yapısına sahip olmaya gerek olmadan; çok kişiyle oynanmasının, büyük bir sahada oynanmasının, çoğu organlarımızın istedik ve bilinçli bir şekilde kullanılmasının, mücadelenin yoğun olduğu, ihtimallerin yüksek ve sürekli değişmeyen kurallarının etkisi vardır (Doğan 1,1999, Tercüman Gazetesi Yayınları,1981)

İnsan hareket eden nesnelere karışmaktan hoşlanır. Bu nedenle insanlarda büyük bir ilgi uyandıran temel araç oldu. Erken yaşlardan itibaren küre şeklindeki yuvarlak nesneler, hemen hemen her tür oyunda topun yerini alarak topla oynamanın zevk ve heyecanına neden olur. Hemen hemen tüm coğrafi bölgelerden, tüm ırklardan ve dinler bu kadar ilgi göstermiş. Yirmiye yakın sporun oyun aracı haline gelmiş ve futbolda bunlar arasında birinci sırayı almıştır. (Taşkın Ö.2000, Apaydın A.2000).

Bugün dünyanın tüm ülkelerinde futbol adı altında oynanan ve milyonlarca insanı sahalara ve ekran başına toplayan bu sporun 5 genel türü bulunmaktadır. Bunlar; Amerikan Futbolu, Gal Futbolu, Kanada Futbolu, Klasik Futbol. (Orhan Ofset, 1997.) Futbol sadece bir yarışma değil, aynı zamanda insanları eğlendiren ve kitleleri kendisine çeken bir gösteridir. Stadyumlarda maç izlemeye gelenler, maç izlemekten aldıkları zevki hiçbir şeye değişmiyor. Maçtan birkaç saat önce on binlerce yüzbinlerce futbolsever statları dolduruyor, belki uzak şehirlere ya da uzak sahalara giderek kulüplerine ya da milli takımlarına destek oluyor ve bu atmosfere dalyorlar. Bütün

bunlar, izlemesi bir zevk olan ve aynı zamanda bir performans işi olan futbolun sonucudur. (Özküçük, 1999).

Bugün ise futbol seyirci katılımının, medyada yer almasının ve astronomik rakamların döndüğü bir endüstri ve sektör haline gelmiştir. Tüm kıtalarda milyonlarca insan futbolu ilgi ve tutkuyla izliyor. Dünya genelinde futbolun çok sevildiğini ve bu büyüğü deri çemberin ne kadar insanı sürüklediğini görebilirsiniz (Acet, 2001).

Bizim ülkemizde ise futbolun popülaritesi gün geçtikçe artıyor. Futbol tarihinde ilk defa UEFA Kupası'nı kazanmayı başardı. "Galatasaray "futbol takımının başarısının sırrı, "bilimsel çalışma ve zafere olan inanç" olarak ifade edilebilir. (Taşkın Ö.2000)

Futbol 'un Karakteristik Özelliği

İnsanları arkasından götüren, dünyada aktif olarak en çok kayıtlı sporcuyu barındıran ve en fazla seyirci kitlesine sahip olan futbol, belirli kurallar çerçevesinde sınırları belirlenmiş düz bir zemin üzerinde iki takımın birbirine karşı üstünlük kurma mücadelesidir (Turgut, 2006).

Futbol sporunda başarıyı etkileyen belirleyici unsur, toplu ve topsuz hareketlerin koordineli bir şekilde sergilenmesine bağlıdır. Bunun yanı sıra yetenek; tekniği doğru yerde ve doğru zamanda kullanabilme becerisidir (Acet, 2001).

Oyun sırasında bir futbolcunun, ayak, diz, kafa ve göğüs bölgeleriyle kontrol, şut, çalım vb. alternatifleri kullanmasını gerektirmektedir (Acet, 2001).

Bir futbol müsabakasında, futbol topu genel olarak 60 dakika oyun alanında 30 dakika oyun dışında kalır. Çekişmeli bir müsabakada her takım yaklaşık 30 dakika topa sahip olduğunu gösterir. Her futbolcu genel olarak 2 dakika sahip olur. Kalan süre boyunca oyuncular akışkan oyun içerisinde genel teknik ve taktik direktifleri sergiler (Afyon, 1994).

Futbol bütün spor dalları içerisinde yüksek mücadele gücü olan, akıcı ve çabuk karar vermeyi gerektirmenin yanı sıra ruhsal ve psikolojik açıdan yeterli düzeyde dayanıklılık gerektirmektedir (Acet, 2001).

Futbolun Sosyal Boyutu

Futbol son zamanlarda çeşitli teknik, taktik ve fiziksel gelişmeler sayesinde tamamen dönüşen ve gelişen bir spor türüdür. Çağdaş futbolun günümüzde çok daha fazla devamlılık gerektiren, çok daha hızlı, daha teknik, iş birliğinin en üst seviyeye ulaştığı

bir oyundur (Urartu, 1994). Basit haliyle futbol “gol atmak veya golü önlemeye “dayanan bir oyundur (Yüksel, 1994). Bundan dolayı bu kolay oyunun herkes tarafından benimsenmesi inanılmaz seviyelere ulaşmış, futbol bugün dünyanın dört bir yanında işçi ve işverenlerle dev bir endüstri haline gelmiştir (Spor sözlüğü terimler ve Açıklamaları, 1985). Bundan dolayı tüketim ve üretim boyutunda çoğu insanı ilgilendirmektedir (Turgut,2006).

Futbolun kaynaştırıcılığı, ulaşılan hedefler, ülke, köken, kazanç, uğraş, dini sistemi, ırk vb. farklılıklar bütün ayrımcılık unsurlarını ortadan kaldırmıştır. Kimsesizlik, dışlanmışlık, yoksulluk ve baskı gibi duyguları unutmak için bu gereklidir. Stadyumların bu birleşmesi hayatın diğer alanlarına da yayılıyor. Stadyumlar, adrenalinin salınmasına izin vererek rahatlamayı teşvik eder ve basınç tepkilerini ifade etmek için yasal bir temel sağlar (Taşgın, 2000).

Futbolda insan özünü buldu (Acet, 2001). Kolay ve zor, iyi ve kötü, güzel ve çirkin, arasında insana özgü karşıtlıklar sunan futbol bu zengin eklenti ile çok çeşitli ihtiyaç ve özlemleri karşılıyor. Bu nedenle futbol dünya çapında geniş kitleleler için bir sığınak ve alan haline gelmiştir. Patronlaştırıcı (baskıcı) değerlerin hâkim olduğu kitlelerde fan gruplarının futbola verdikleri önem ve futboldan beklentilerini üyeliğin sağladığı ufukla sınırlı kalmıştır. Dolayısıyla denilebilir ki insanlar için futbol rahatlatma, huzur ve sükunetin sığınağı olduğunu söyleyebiliriz (Doğan, 1999).

Futbolun kuralları için değilse; oyuncuların tarzı, sosyoekonomik durumu, söylemleri, takım/kulüp ve taraftar alt kültürleri ulusal özelliklerle doludur. Futbolun tüm dünyaya kolayca yayılması, büyük ölçüde millileşme eğiliminden ve diğer sporlarla karşılaştırılamayacak kadar yaygın olmasından kaynaklanmaktadır (Bilgili, 1999)

Futbolun toplumun en alt tabakasından, toplumun farklı kesimlerinde görev yapan birçok kişiye hatta devlet başkanlarına kadar birçok ülkede popülerlik kazanmasının nedeni, zamanla ilgi odağı haline gelmiş ve futbolun giderek daha da popülerleştiği izlenimini vermektedir. Futbol, pek çok insanın hayatında önemli bir yer kapladı. Futbol, sporu tamamen bırakıp, değişik ve daha önemli olarak tanımlanan işlerle uğraşmaya başlamadan önce, kendisine böyle toplumsal ölçekli büyük işler ve kahramanlık rolleri vermeden çoğu kişinin yaşamında önemli bir alanı işgal etmiştir (Mutlu, 1991)

Futbolun Tarihsel Gelişimi

Futbol, belirli kurallara göre özel bir alanda 11'er kişilik iki farklı takım arasında oynanır; top, kollar ve elleri kullanmaksızın, direkleri ve rakibin kale çizgisini tamamen geçtiğinde elde edilen puanlar temeline dayanan bir oyundur (Spor Sözlüğü Terimler ve Açıklamaları, 1985)

Futbolun tam başlama zamanı ve coğrafi kesiminde net bir bilgi yoktur. Olimpiyatların kökeni ilişkin türlü efsane ve söylentiler olduğu gibi, futbol oyunu da hemen hemen herkes tarafından bilinmektedir. Birçok top oyunu, dünyanın birçok ülkesinde futbolun ilk başlangıcı olarak anılır. Ancak bu top oyunları da hem oyun hem de alan ve malzeme açısından farklılık göstermektedir (Kıvanç, 1965).

Bütün spor alanlarında olduğu gibi futbolda da Çinliler öndeydi. Çinli hokkabazlar 5.000 yıl önce ayaklarıyla topları dans yaptırıyorlardı ve ilk defa Çin'de düzenlenmeye başlandı. Bu futbol alanının içerisinde bir çift çizgi vardı ve her iki takım oyuncular kollarını kullanmadan topun yere değmesine izin vermiyorlardı. Bu görenek nesilden nesile devam etti. Ming Çinlileri, milattan önceki anıtların bazılarında ve milattan sonra yapılan bazı kabartmalarda görüldüğü gibi, günümüzün toplarına benzer toplara oynamışlardır (Galeona, 1997).

Başlangıç olarak bu oyun, hikayelerdeki "Sarı Kral" Huang Di'ye atfedilir. Bu oyuna o zaman "Tsu-Chiu" (tekme) deniyordu. Futbolun en eski türlerindenidir. M.Ö. 621 ile M.S. 618 yıllarında, çok sevilerek oynanmış Çin'de ve askerleri savaşlara hazırlamak için kullanılan bir oyun olmuştur (Güven, 1999). Bu oyunu İmparator, savaşçılara öncelikle yetenek ve bir uyum içerisinde hareket yetenekleri kazanmaları için oynatmıştır (Alpman, 2001). Zamanla bu oyun ortadan kalkmıştır. Avrupa'daki futbolun, Çinlilerin Orta Çağ'da icat etmesinden birkaç bin yıl sonra yeniden icat edildi. Orta Çağ'da futbolun maceralarını keşfetmeye başlamadan önce bir hatırlatma yapmak gerekir. Ne kadar tersi söylenirse söylensin eski zamanlarda futbol(ayaktopu) oynanmamıştır (Tunçkol, 2007). Böylece Orta Çağ futbolunun geçmişi antik çağa bağdaştırılamaz. Yunan ve Roma döneminde türlü top oyunlarının ünlü olduğu bilinmektedir. Bu oyunun çoğu iki veya daha fazla kişi tarafından oynanan bir tür "istop" oyunudur (Stemmler, 2000).

Orta Çağ'da Roma ve Fransızlar askerlerin oynadığı "La Soule" çağımız futbolunu anımsatıyor. Bu futbol oyunu Romalı savaşçıların Galya'ya getirilmiş ve oradan da

dağılmıştır. Oyun da sert müdahaleler görmezden gelinir. Oyun alanı bazen kilometrelerce uzaktan belirlenen oranlarla sınırlandırılır. Futbolun İngiltere’de ortaya çıktığı varsayımı tartışma konusudur. Fransızlar bu oyunu Normanların İngiltere’ye getirdiği “La Soule”dan geldiğini iddia ederken, İtalyanlar kendi ülkelerinden geldiğini ileri sürüyorlar(Sert, 2000)

Kayıtlı ilk futbol maçı, MS. 217’de İngiltere’de Derby denilen yerde “Büyük Perhiz Salısı’nda (Shrove Tuesday) oynanmıştır. Futbol, Roma garnizonu üzerindeki kazanılan askeri zaferin kutlanmasının bir parçası olarak oynandı.1175 yılından sonra ise her yıl düzenlenen bir etkinliktir (Trifonas, 2004).

Romalı askerler ile Birleşik Krallıklara varmış bu değişim, uzun yıllar akabinde, 1314’te Kral II.Edward, gürültülü futbol oyununu, Tanrının izin vermediği, çoğu kötülüğe sebep oluşturduğu, büyük topoların ardından gidilerek yapılan rekabet olarak nitelendirilen bir kraliyet fermanına mühür basmıştır. Bu çağda oyun artık futbol ismiyle adlandırıldı ve arkasında pek çok ölü bırakmıştır. Oyunlar günlerce devam ediyor, geniş alanlara yayılıyor ve birçok cana mal oluyordu. Krallar bu kanlı rekabeti yasaklamışlardır. 1349’da II.Edward futbol oyununu, “işe yaramaz ve aptalca “ oyunların arasına ekledi. 1410’da ve 1547’de imzalanan fermanlarda futbol aleyhinde kararnamelerde bulunmaktadır (Tunçkol,2007, Gençlik ve Spor Müdürlüğü,1990).

Dünya’da Futbolun Tarihsel Gelişimi

Futbol, toplum içinde oynandığından beri, belirlenmiş ilkeler kapsamına yerleştirildiği 19.yüzyıla kadar inatçı ve şiddetli bir vuruşma ve cenk şeklindeki mücadele biçimiydi. Futbolun çağdaş zamanlara giden uzun yolunda belirsiz can kayıpları vardır. Futbol hem fiziksel hem de biyolojik olarak risk uyandırmaktaydı (Stemmeler,2000).

Orta Çağ’da futbol kısıtlaması ardındaki fikir sadece isyan değil; insanların futbol oynamak ve ayaklanmak için bir araya gelme ihtimali kralların en büyük korkularından biriydi. Kralların arzusu; toplumun isyana teşvik edici oyunlar yerine askeri cephaneye uğraşıp, kendilerini olası savaşılar hazırlamasıydı. Yapılan kısıtlamalar, İngiltere’deki insanları fazla etkilememiş, aksine futbol gittikçe artan bir heyecanla, geniş kesimlere hitap etmiştir. Bu büyük hayranlık karşısında, getirilen yasaklar askıya alınmıştır (Sert,2000).

17.yüzyıla kadar futbol genellikle gizli oynanırdı. Futbol oynayanlara halk farklı bir gözle bakıyordu. Yalnızca bir müddet İtalya’ya sığınan ve ardından vatanına geri

dönen Kral 2.Charles 5. döneminde “Calcio“, yine özgürce oynandı. Soyluların katıldığı kolejler futbol okullarına liderlik etmişlerdir. Eaton, Harrow, Westminster benzer okullar futbolu kendi kurallarıyla oynamışlardır.1841’de, rugby(ragbi) ve futbolu açıkça ayırt etme girişimleri sonucunda futbol topu yuvarlak hali kabullenildi. 1848’deyse “Cambridge Kuralları “olarak tanımlanan kurallar, anlama ve uygulama değişkenlerini yok etmişlerdir. Bundan dolayı futbol yayılmıştır. Futbol, günümüzdeki haline 12 İngiliz Kulüplerinin 1863 yılında Londra'daki Free Mason'un meyhanesinde imzaladıkları ve günümüzde uygulanan futbol kuralları üzerinde kesin anlaşmaya varıp, "Football Association" / "İngiliz Futbol Federasyonu “nu kurmalarıyla ulaşmıştır (Güven,1999).

1871 yılında Kraliyet Kupası oynandı. Futbolun dünya geneline yayılmasıyla, ilk kez 1879 yılında uygulanmış profesyonel haliyle oluşmuştur. İlk profesyonel oyuncular Glasgow’dan Darwen’den İskoç futbolcular getirildi. İngiliz Profesyonel Ligi 1888 yılında kurulmuş ve kurallar öteki ülkeler tarafından kabul edildi (Hiçyılmaz,1975).

1890 yılında sahanın çevresi kireçle çizildi ve ortasına bir daire yerleştirildi. Aynı yıl içerisinde, kalelere de ağlar gerilmiştir. Bu ağlar, topu tutuyor ve goller hakkında şüpheye yer vermiyordu. FIFA 1904’te kurulmuş ve bu yapı o günden bu yana dünyadaki futbol bağlantılarını yürütmektedir. FIFA, o sırada İngilizler tarafından belirlenen bazı kurallarda değişiklik yapmışlardır (Galeona ,1997).

Türkiye’de Futbolun Tarihsel Gelişimi

Çağdaş futbolun Türkiye’de ve dünyadaki farklı ülkelerde ortaya çıkması, İngiliz denizcilerin, soylu ailelerinin ve esnafkarların katkılarından kaynaklanmaktadır. Batılı ülkelerdeki medya ve dergiden çeviri yaparak rapor yayınlanan Osmanlı gazeteleri, Fransa ve İngiltere’de oynanan futbol maçları ile ilgili haberler yayınlandı (Tunçkol, 2007, Gençlik Spor Genel Müdürlüğü, 1990).

Ülkemizde ilk olarak futbol 1985 yılında İzmir’in Bornova ilçesinde ticaretle uğraşan İngiliz gençleri tarafından oynandı. La Fontaine Giraud, whittall ve Charnan aileleri ülkemizdeki ilk futbolculardır. İzmir’de yaşayan birkaç İngiliz ailesi, çalışmak için İstanbul’a yerleşerek İngiliz Büyükelçiliği’nden birkaç memurla beraber Moda Çayırı’nda top oynamaya başladılar. Moda Futbol ve Rugby Kulübü, 1896 yılında, kendilerine tanınan dokunulmazlıktan yararlanarak İzmir’den İstanbul’a gelen

futbolcularla birlikte bazı İngiliz Büyükelçiliği görevlilerinin katılımıyla kuruldu (Fişek,1994, Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü).

Türkiye’ de ilk futbol kulübü, 1899 yılında Siyah Çoraplılar Futbol Kulübü Black Stocking Football Club“adı altında kuruldu(Güven,1999, Hiçyılmaz, 1975, GSGM, 1990). Ardından 1901 yılında James La Fonten, Kadıköy Futbol Kulübü (Union) adında bir kulüp kurdu. Beşiktaş Kulübü’nün 1903 yılında kurulmasının ardından, İngilizler, Moda Futbol Kulübü adında başka bir takım kurdular. 1905 yılında Mekteb-i Sultani (Galatasaray Ortaokulu) talebesi Ali Sami (Yen) Bey’in çabalarıyla Galatasaray ve 1907’de Kadıköy’de Fenerbahçe, Üsküdar’da Anadolu Kulüpleri kurulmuştur (Kahraman, 1995).

İstanbul’da “Moda “, “Elpis“, “İmogone“ ve “Kadıköy“ adlı dört yabancı takım tarafından kurulan İstanbul Futbol Birliği, bizzat aralarında bir futbol ligi kurdular(17 Mayıs 1903). Türk takımları da katıldı. 1910 yılında “İstanbul Futbol Kulüpleri Ligi “adı altında kurulan ligin daha da yerelleştirilmesi ve tabanının genişletilmesiyle yeniden düzenlenerek “Cuma Ligi “ve “Pazar Ligi “adı altında Cumhuriyet’e ulaştırılmıştır.13 Nisan 1923’te Türkiye Futbol Federasyonu kurulmuştur. Aynı yıl içerisinde FIFA üyeliğine kabul edildi. 26 Ekim 1923’te Türkiye ilk uluslararası maçını İstanbul’da Romanya’ya karşı oynadı (2-2). 1954 yılında kurulan UEFA (Avrupa Futbol Federasyonları Birliği), 1962 yılında Türkiye’yi bir Avrupa ülkesi olarak üyeliğe kabul etti. 1951’de profesyonelliğin benimsenmesiyle futbol bir meslek dalı haline geldi (Güven, 1999).

Futbolda profesyonelliğe doğru atılan ilk önemli adım, 1951-1951 sezonunda İstanbul, Ankara ve İzmir’deki profesyonel liglerin kurulması oldu. Ancak 1951 yılında gerçekleşen bu profesyonellik ancak, İstanbul’da ve bir ölçüde İzmir ve Ankara’da uygulanabilen bir profesyonelliktir.1959-1960 sezonunda kurulan “Birinci Milli Deplasman Ligin’de 1964 yılına kadar Anadolu takımlarından İzmir ve Ankara dışında hiçbir temsilci yoktu. 1963-1964 sezonunda oluşturulan onaltı takımın “Türkiye Profesyonel Ligin“de sadece dört, 1965-1966 sezonunda yirmi iki takımlı 2.Lig’de ise on Anadolu kulübü yer aldı. Anadolu’ya futbolun yayılması 1960’ların sonlarına doğru olmuştur (Akın,2005).

Futbol’da Kimlik Kavramı ve Taraftar Kimliği

Kimlik; bir kişinin davranışlarına, ihtiyaçlarına, motivasyonlarına ve ilgilerine uygun olarak belirli bir oranda tutarlılık gösteren, başkalarından ayıran, mantıksal ve duyuşsal nitelikte zihinsel bir kavramdır. Kimlik kavramı, benlik kimliği, kişisel kimlik, öz kimlik, grup kimliği, ulusal kimlik, kültürel kimlik, hayran kimliği vb. gibi farklı şekillerde kullanılan bir kavramdır (Bilgin, 1994).

Kimlik duygusu, ayrı bir deneyimden ziyade belirli yaşantıların bir kombinasyonu olarak tanımlanır (Backman, 1974). Kimlik, kişisel ve sosyal bir kimlik olarak görülmektedir. Şahsi kimlik ve sosyal kimlik kavramlarına baktığımızda, şahsi kimliğin çoklu kimlikleri bütünleştiren bir sistem olduğu görülmektedir. Özellikle modern toplumlarda insanların “benim” dediği kimlikler (fiziksel kimlik, yasal kimlik, etnik kimlik, ulusal kimlik vb.) vardır ve bu çeşitlilik kişisel kimliği zenginleştirir. Şahsi kimlik; ayrılmayı, özerkliği, kendini ortaya koymayı içerir, kişisel kimlikte ben duygusu vardır. Kişi, diğerlerinden farklı ve özerk olduğunu hissettiği zaman kendini ayrıcalıklı hisseder. Belirli bir statüye sahip olan, rol oynayan, ilişkiler kuran, bir iletişim ağında yer alan, kuralları kabul eden, anlamlar ve değerler sistemi kuran sosyal-kültürel bir kimlik vardır (Bilgin, 1994). Bireysel kimlik çok daha özel bir kişi olarak tanımlanırken, sosyal kimlik daha geniş sosyal kategorilerden türetilen bir kimliktir (Jacobson, 2003).

Medya ve öteki sosyal gruplarla ilişkiler farklı kaynak modelleri sunmaktadır. Sosyal kimlik, grup normlarına uygun değerler ve ideallerle çatışmasız özdeşleşme sağlar. Gerçek kimlik, belirli bir gelişme sonucunda, özdeşleşme süreçleri keskinliğini yitirdiğinde oluşur. Topluluk kişiyi bir üyesi olarak kabul eder ve kişi, topluluğun sunduğu kimlik modellerinde kendini tanır (Bilgin, 1994).

Çağdaş insan, ananevî insanın aksine fazla özgür, daha eşitlikçi ve daha geniş ilişkiler kurabilmektedir. Kendi ilgi alanlarını, tercihlerini ve ideolojilerini paylaşan insanlarla daha kolay bağlantı kurabilir ve bu sayede beğendiği diğer insanlarla iletişime dayalı yatay bir kimlik kurabilir. Kişinin önceliklerinin ehemmiyet kazanması ve empoze edilmiş sıfatların yerini, seçilmiş yaratılmış, benimsenmiş kimliklerin alması, kişiselliği ve kişiyi öne atmaktadır (Kocacık, 2003). Taraftarlıkta bu genellikle insan için bu, hayatın dayatmadığı, mecburî olarak değil de seçerek benimsediği kimliktir (Kıvanç, 1965).

Bireysel kimlik kazanma sürecinde bazen karmaşık olsa da psikolojik olarak davranış bozukluğu gösterir. Kişi benzemek ve özdeşleşmek istediği kişilerin statü sembolleri halini alan ve sembollerin taşıdıkları anlamların, benzer biçimde yorumlanıp anlaşıldığı, tüketim biçimlerini gerçekleştirme yoluna gider (Odabaşı, 1999). Fan kimliği de bunlardan biridir. Taraftar kimliği kazanmış ve popüler bir spor takımını destekleyen kişi, etkileyici, beğenilen, başarılı, köklü ve güçlü olma gibi anlamları kendine katarak kimliğini geliştirme yoluna gider (Odabaşı, 1999). Taraftar olma çoğu insan için kimliğin bir parçası olmaktan daha çok başlı başına bir kimliktir (Kıvanç, 1965). Taraftar kimliğinin gelişimi, kişinin sosyal ve kişisel kimliğinin yada her ikisinin gelişmesine katkıda bulunur (Jacobson, 2003).

Futbol Seyircisinin Özellikleri

21. yy'da Dünyayı ve Türkiye'yi gayet yakından alakadar olan futbolu gün yüzüne çıkaran taraftar özelliklerine geçmeden önce futbolun sosyal boyutuna dönmek gerekir. Her canlının bir iç güdüsü, bir beklenti ve başarı duygusu vardır. Öte yandan, insanların kazanmak açısından hem duyguları hem de fikirleri var. Bu düşünce ve marifet, insan felsefesi anlamında insanlık tarihini şekillendirmiştir. Savaş ve spor, bir dereceye kadar, insanlığın kişiler üzerindeki üstünlüğe olan takıntısının kurumsal biçimidir. Futbol bundan dolayı en hoş ve en gözde olan spor dalıdır (Acet, 2001).

Futbol'un dünyada ilgi görmesi için oyun ve gündelik hayat arasındaki benzerliklerin "toplumun temel değerlerine odaklanması" "oyunun kendine has özelliklerden ve toplumsal değişim ve dönüşümden kaynaklanan çeşitli nedenlerle birlikte olması" şarttır. Başka bir deyişle, bir futbol maçında hayattaki ilişkileri, yoğunlaştırılmış biçimdedir. Kazanıp kazanmadığınızı görmek için hayattaki kadar beklemenize gerek yoktur. Sonuç en geç maçtan sonra belli olacaktır (Sert, 2000). Bu nedenle seyirciler bir an öne sonucu görmek için sahalara akın ederler.

İzleyicileri stada getiren sebeplerden biri de ekonomik seviyenin artması, kişi başına düşen milli hasılatın artması ve başlı başına insanları mutlu eden nedenlerin olmaması. Tüm bu toplumsal rahatsızlıkların türlü şekillerde kendini gösterdiği ve herkesin görebileceği gerçektir. Bu hastalıklardan biri de insanın kendine yabancılaşmasıdır (Saney, 1985). Bundan dolayı insan ilişkilerinde farklılaşma ön plana çıkmaktadır. İnsanlar bu durağanlıktan sıyrılmak için futbol maçlarını boşalım olarak görürler.

Futbol izleyicisi incelendiğinde; bir maçı veya müsabakayı seyreden kişiye seyirci denir (SSTA, 1985). Başka bir tanıma göre, bir spor müsabakasında aynı ilgiye sahip olan ve aynı tepkiyi gösteren, önceden düzensiz olan bir grup insan seyirci olarak adlandırılmaktadır. Seyirci topluluklarından belli rutinleri izleyen nispeten pasif olarak söz edilir (Arıkan, 2000). Seyirci, bir oyun, gösteri veya müsabakayı, olayın meydana geldiği yerde izleyen kişidir. Bu tür yerlere sürekli olarak devam eden kişilerin tümüne de seyirci denir.

Futbol seyircisini sosyolojik açıdan incelediğimizde bu “Geçici Teşkilatsız İnsan Birikimi” olarak ifade edilmektedir (Cebeci, 1995). Bu birikim ne bir toplum ne bir topluluk ne de bir çıkar birliğidir. Onlar sadece geçici örgütlenmiş bir topluluktur. Başka bir deyişle, böyle bir topluluk belirli bir amaç veya amaçsız bir şekilde bir araya gelir ve sonra dağılır. Cami cemaati, sinema, tiyatro ve spor seyircileri bu gibi topluluklar içerisine dahil edilebilir.

Sporseverler ve spor seyircileri üzerine birçok çalışma yapılmış olmasına rağmen bu konuda sürdürülebilir bir kavramsal çerçeveye ulaşılamamıştır. Taraftarlar ve seyirciler arasında özdeşleşme derecelerinde farklılıklar olduğu için kavramların açıklığa kavuşturulması özellikle önem taşımaktadır (Sloan, 1979).

Gutmann’a (1986) göre bir futbol izleyicisi, bir futbol karşılaşmasını film veya televizyon gibi görsel medya aracılığıyla yerinde (canlı) izleyen kişidir. Gutmann, sosyal rolleri açısından gazete, dergi veya radyoda sporu takip eden kişilerin, sahadan veya televizyondan izleyen kişilerin benzediğini belirtti (Gutmann, 1986).

Taraftarların tuttuğu takımı destekleme amacı, ait olduğu takıma destek olmak, takımının kazanması için ellerinden gelen her şeyi yapma arzusu ve bu nedenle bireysel bilinçlerini bırakıp grup ve kitle bilincine katılarak harekete geçmeleri spor seyircisinin farklı olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, bir takımı destekleyen çok sayıda seyircinin olması takımın gücünü arttırmaktadır (Gustave, 1991).

2.1.2. Taraftar

Günümüzde her insanın bir şekilde yanlı davrandığı, bu yanlılık özellikle futbol takımının taraftarları olarak ortaya çıktığında daha fazla etkili olabiliyor. Taraftar terimi, spor kulübüyle ilişkili, faaliyetlerine ilgi duyan ve onu destekleyen bireyleri ifade etmek için kullanılır (Arıkan, 2000). Kulübün ana pazarını oluşturan, futbol kulüplerinin sportif faaliyetlerini maddi ve manevi olarak destekleyen, kulübün

hizmetlerini belirli ücret ödeyerek satın alan, takımı desteklemek için iç ve dış saha maçlarına giden insan topluluğudur. Taraftarlar, kulübe sağlanan desteğin artması veya azalması durumunda genel bir sorgulama yapmalarını sağlayan bir ayna gibidir (Genç, 1998).

Jones (1997) spor seyircisiyle taraftarlar arasında bir fark olduğunu belirtmiş ve seyircileri zaman zaman spor karşılaşmalarını izleyen, taraftarlar ise tuttuğu takımın her bölümünü kendine ayıran yoğun bir şekilde yaşayan olarak tanımlanmıştır (Jones,1997). Çünkü bir spor takımı veya sporcu ile özdeşleşen seyirciler, orta ve düşük özdeşimli taraftarlardan (düşük özdeşim taraftarları seyirci olarak ifade edilebilir) davranışsal, bilişsel ve duygusal açıdan çok farklıdır (Günay,2003). Wann ve Melnick (2001), kimlik düzeylerinin derecesine göre hayranlar ve izleyiciler olarak hayranlar ve izleyiciler arasındaki farkları netleştiren bir tanım sağlamıştır. Buna göre sporseverler, bir spor takımını veya sporcuyu izleyen ve onunla ilgili olan kişiler, spor izleyicileri ise çeşitli medyaları kullanarak veya şahsen maçları canlı olarak izleyen kişiler olarak tanımlanmaktadır (Wann, Melnick, 2001).

Taraftar Tipleri

Taraftarlardaki hareket tarzlarına göre farklı gruplandırıldığı görülmektedir. Wann ve Branscombe'a (1990) göre; taraftarlar iki gruba ayrılır: “takımlarına ölümüne bağlı (die-hard)” taraftarlar ve “yerine nazaran değişen (fair-weather)” taraftarlar olarak değerlendirilir. İlk gruptakiler kulübe daha duygusal yatırım yaparlar ve takımla daha çok ilgilenirler. Yıllarca süren başarısızlıklardan sonra bile, ne olursa olsun seçtikleri takıma sadık kalırlar. Wann-Branscombe (1990), zayıf takım performansı karşısında, katı taraftarların takımla ilişkilerini kesme ve takıma bağlılıklarını azaltma ihtimalinin ılımlı veya daha az bilinen taraftarlara göre daha az olduğunu belirtmiştir. Geleceğe yönelik tahminlerinin daha olumlu olduğunu gördü. İkinci grubun taraftarlar (adil hava); takımları başarılı olduğunda takıma yaklaşan ve takımın başarısından yararlanmak isteyen ve başarısız olmaları durumunda takımdan ayrılan taraftarlar olarak değerlendirilir (Wann , Branscombe, 1990).

Öte yandan Sutton (1997); Taraftarları takımlarıyla özdeşleşme seviyelerine göre sıraladı ve onları düşük, orta ve yüksek olmak üzere üç bölüme ayırdı. Düşük kişilik seviyesine sahip taraftarların maçı daha çok sevdiğini ve maçın eğlence yönlerinden daha ağır bastığını buldu. Öte yandan, orta düzeyde tanımlanmış taraftarlar,

takımlarının amblemini veya rengini giyme eğilimindeyken, kıdemli taraftarlar, zamanları ve finansal yetenekleri elverdiği ölçüde takıma daha bağlıydı (Sutton, Mcdonald, 1997).

Sadık Taraftar

Takımların ateşli bir olarak tanımlanır. Sadakatli bir taraftar, kulüple romantik olarak ilgilenen ve upuzun vadeli bir bakış açısına sahip olan kişidir. Bu taraftar tarzında takımda herhangi bir değişiklik yok. Bu tür bir taraftar, kulübü desteklemek zorunda hisseder ve kulübe desteğini çeşitli şekillerde gösterir, çünkü kulüple çok yakın bir bireysel bağ hisseder ve kulübü en yakın arkadaşlarından veya aile üyelerinden biri gibi gösterir. Favori oyuncularını kulüp değiştirse bile taraftarlar kulüp değiştirmeyi düşünmezler (SSTA, 1985). Bu tip taraftar için rakip takıma destek olmak ve onlarla bağlantı kurmak mümkün değildir. Sadık taraftarlar, kulüplerine kültürel olarak bağlıdır ve kulüp, topluluklarının bir sembolü ve temsilcisidir. Bu tür taraftarlar için, kendilerini tanıtmada konusunda olduğu gibi, yaşadıkları şehrin veya yerin yöresel milliyetçiliği kulüp eliyle temsil edilir. Bu koruma biçiminde yerel iş birliği çok güçlüdür. Kulübün, insanları saran bir totem temsilcisi olduğunu söyleyebiliriz. Böylece, maç gününü anma günü olarak algılayan, kulübün ilahilerini söyleyen, adını sık sık anan çeşitli taraftarlar ciddi bir şekilde birleşiyor.

İzleyici-taraftar

Takımın seyircisidirler. Ayrıca oyuncularını, yöneticileri ve diğer futbolcularını denetlerler. Ancak seyirci, kulübün yakınında yürüyen bir gezgin olarak tanımlanamaz. Ancak olumlu bir ilgi ile oyuncular ve kulüp arasındaki olaylardan uzak kalamayacak bir yapıya sahipler. Bu tip taraftar, taraftar grubuyla birlikte kulübün tüm faaliyetlerinden haberdardır. Bir taraftar, desteklediği kulüple tarihi bağları nedeniyle beğendiği başka bir kulübe veya özel bir kulübe geçebilir. Uzak bir kulüp, bu tür partiler için ideolojik çekiciliğe sahip olabilir; Pauli, Hamburg, Barselona'da etnik milliyetçi bir kültüre sahip veya Lazio, Verona, Real Madrid benzer faşist bir alt kültüre sahip kulüpler.

Meselâ İtalya çok karmaşık bir yapıya sahip. Bu yapı içinde ayrı bir kulübün parti grupları için alt kültürden gelen güçlü bir rekabet ve dostluk yapısı oluşmuştur.

Sampdoria hayranları Parma hayranlarını da destekleyebilir. İngiltere'de kulüp destek grupları ile dini/etnik fikirler arasında bağlantılar ve bağlantılar olabilir. Bilhassa birtakım holigan gruplarında, Güney Avrupa'daki aşırılık yanlısı gruplar ve İngiliz holiganlar arasında olduğu gibi, gayri resmi çokuluslu dostlukların işaretleri var (SSTA, 1985). Bu tür desteklerde toplumsal dayanışmanın çok dar bir anlamı olduğu ve kulüp üzerinden milliyetçi düşüncenin reforme edilebileceği görülmektedir. Örneğin, Türk takımları Almanya'ya geldiğinde Almanya'daki Türk işçiler, kendilerini başka bir kulüple özdeşleştirirken, ulusal kimlikleri konusunda büyük bir ilgi ve tutku gösteriyorlar.

Hayranlar (Fan)

Teklif verene ayrıca tüketici ve destekçi denilebilir. Özellikle modern taraftarlar veya kulüplerin, kulüp ünlülerinin veya özel oyuncuların hayranlarıdır. Hayranlık, kendini tanımlama isteğini gösterir, gücü vurgular ve hayranlık, bir kişinin karakterinin kilit bir unsurudur. Ancak sadık bir hayrana göre bu ilişki zevkten daha uzak. Kulüp, taraftarları bireysel olarak çekiyor. Kulüp gelenekleri, yıldız oyuncular ve üyelerinin destekçileri, ilişkinin pazar odaklı olmasını sağlar. Taraftarlar, kulübün oyuncularıyla veya kulüple çok güçlü bir şekilde özdeşleşir ve sonuç olarak, kendilerini kanıtlamak için kulübün ürünlerini isteyerek tüketirler. Bu tüketim, hisse senedi alımı, mal alımı veya parasal bağış yoluyla da gerçekleşebilir. Böylece kulüplerin zenginleşmesi ve güçlenmesi, güçlenmesi anlamına gelecektir.

Sporseverler, kısmen müzisyenlerin, oyuncuların veya tanınmış medyanın hayranlarıyla karşılaştırılabilir. Hayranlar (taraftarlar), hayran oldukları sporcuların özel hayatlarıyla ilgilenir, hayatları hakkında bilgi toplar, evlerini ve işyerlerini fotoğraflarıyla süsler. Beckham, Ronaldo, Alex, Hakan Şükür, Gökdeniz, Yattara taraftarları ilginç örneklerdir (Turgut, 2006).

Gezginci taraftar(flaneur)

Bu ilgiyi çekmeyen, soğukkanlı ve her şeyi tüketen bir hayran türüdür. Gezici hayran (flanere), tüketimin sanal ilişkiler çevresinde hâkim olduğu, kişiliğin arka planda kaldığı postmodern fanatik kimliktir. İçlerinde etkileşim, özellikle İnternet ve televizyon gibi medya kanalları aracılığıyla gerçekleşir. Flaneur kavramı, 19. yüzyılın ortalarında Baudelaire tarafından tanıtıldı. 1930'larda bu, kültür teorileri tarafından

sürekli tartışılan konulardan biriydi. Konseptin asıl anlamı modern şehir gezginidir. Erkekler, kadınlardan çok daha fazla futbol flörtüsüne meraklıdır. Burjuvalar daha çok flanördür. Bu nedenle bir tür deneyim olarak futbola bağımlıdırlar. Bebek arabası meraklıları, futbol kulüpleriyle parçalanmış ilişkiler geliştirir. Herhangi bir kişisel tüketimden kaçınırlar, ancak moda gibi kullanımdan sonra atılabilecek görüntüleri (geçici bir dövme yaptırmak gibi) emebilirler. Futbol gezginlerinin doğal ortamı internet ortamında artıyor ve televizyon ve internetin sunduğu sürükleyici futbol deneyimini arıyorlar. Bu şekilde televizyon, futbol performanslarını flanner tipi mobil taraftarlar için uygun hale getirir.

Fanatikler

Fan, (fanatik) kelimesinin sözcükteki kullanılan anlamı hayran, mutaassıp ise, olağanüstü düşkün veya meraklı bir şeye aşırı derecede heyecan ve tutkuyla bağlı olan, tuttuğu takıma her haliyle bağlanan ve kazanması için her yolu doğru gören kişidir. Fanatizm, birisine, bir gruba veya bir kulübe karşı yoğun hassasiyet ve şefkat halidir (TS, 1988, Warren, 1999, Fişek, 1997).

Fanatikler, rekabette rakip taraflardan birine aşırı sadakatle sabit fikirlere takıntılı muhafazakâr insanlardır. Sonuç olarak, kimlik fazlası fanatizm olarak da ifade edilebilir (Kucur, 1995).

Futbol taraftarının artıları ve eksileri vardır. Fanatiklik, toplumsal onay açısından "ölüme kadar sevgi" ve ekibe güçlü bağlılığı ifade ederken, diğer yandan toplumsal olarak kabul edilemez terimlerle şiddet de dahil olmak üzere "aşırı" davranışı ifade eder (Kayaoğlu, 2000).

Bir fanatik çok tutkulu bir hayrandır. Sanki maçı yakından izliyor ama maçı görmüyor. Onun endişesi tribünler, bu onun savaş alanı. Diğer grupların varlığı onun için kabul edilemez (Galeona, 1997).

Holiganlar

Holiganizm, özellikle maç sırasında ve sonrasında, stadyum içinde veya dışında, rakip takımın taraftarları üzerinde hayali veya fiziksel hakimiyetin gösterilmesidir. Bu güç gösterisi saldırgan ve hayranların duygu ve düşüncelerinin kontrolünü ellerinden alıyor (Erkal, 1998).

Holiganizm patolojik bir durum değil, karşılıklı önyargı ve düşmanlıktan beslenen sosyokültürel bir süreçtir. Gruplar bir araya geldiğinde bu düşmanlık çatışmaya dönüşür. Spor müsabakaları, bu tür düşmanlıkların çatışmalara dönüşmesi riskiyle dolu uygun bir ortam yaratır (Gümüş, 2000).

Holiganlar yaptıklarının sonucundan utanmazlar, pişmanlık duymazlar, sorumluluk duygusu taşımazlar ve başkalarını hiç düşünmezler, çok kolay yalan söyler ve çalarlar, kural falan bilmezler ve çok kolay savaşırlar, holiganlar ne olduğunu bilirler(Voigt, 1998).

Zorbalar için takımın kazanması veya kaybetmesi önemli değildir. Onlar için asıl şey savaşmak ve yok etmektir (Fişek, 1997).

2.1.3. Özdeşleşme Kavramı

Son yıllarda, organizasyon teorisyenleri insanları organizasyonlarla ilişkileri açısından tanımlamanın yollarını aramışlardır (Dutton,1994, Ashforth, 1994, Pratt, 1998). Bir örgütün mensupları, örgütün neye yaradığı ya da neye benzediğinin bir parçasıyla benliklerini tanımladıkları için örgütleriyle özdeşleşirler. Öz-farkındalığın ve birlikte olmanın göstergesi, özdeşleşmeyi, bir bireyin ve bir organizasyonun uyumu ve bir organizasyona bağlılık gibi ilgili yapılardan ayırır (Kremer, Ashforth, 2001).

Kimlik literatürü, bir organizasyon ve bir kişi arasındaki ilişkiyi açıklamaya yardımcı olur. Yönetim örgüt üyelerini örgütsel ilgiye ve karar almaya nasıl teşvik ettiğini tanımlar (Tompkins, Cheney, 1985).

Özdeşleşme, bir kişinin sosyal kimliğinin bir parçası olarak kurumsal kimliğin sonucudur (Ashforth ve Mael, 1989). Kimlik, örgütün üyelerini örgütsel kararlar için önerileri kabul etmeye, örgütsel işlevlerine örgütsel kararlar için önerileri kabul etmeye, örgütsel işlevlerine göre hareket etmeye ve örgütsel davranış kalıplarını benimsemeye teşvik eder (Tompkins, Cheney, 1985, Shamir, 1990).

Cheney ve Tompkins (1987), özdeşleşmenin kişiler veya gruplar tarafından “kimliğin kabulü” olarak algılanabileceğini ve bu kabulün bireyler ve gruplar tarafından “kazanılmış ve dahil edilmiş unsurların bir sınıflandırması” olabileceğini belirtmişlerdir (Cheney ve Tompkins, 1987).

Pratt (1998), özdeşleşmenin kişinin bütünsel ihtiyaçlarını karşıladığını belirtmiştir (Pratt, 1998). Özdeşleşme, bütünsel anlamda bir kişinin bir kişi olarak algısı, duyguları ve davranışları üzerinde bir etki olarak hissedilebilir. Özdeşleşmenin ayrılmaz bir

kavram olarak ele alınması, sosyal kimlik teorisinin gelişmesinden kaynaklanmaktadır. Tajfel (1978) sosyal kimliği “bir sosyal grup veya gruplara ait bilgi veya üyelikten ve bu üyeliğe duygusal ve değer bağlılığından kaynaklanan sosyal bağlamın bir parçası” olarak tanımlamıştır (Tajfel, 1978).

Ellemers, De Gelder ve Haslam, grup sosyal kimliğinin analizinde üç intrapsikolojik süreç tanımladılar; (1) sosyal sınıflandırma, (2) sosyal karşılaştırma, (3) sosyal özdeşleşme. Sosyal sınıflandırma, bir kişinin sosyal bilgiyi düzenlemesine yardımcı olan bilişsel bir araçtır. Sosyal mukayese, kişinin ait olduğu grup ile diğer ilgili grupları karşılaştırarak değer vermesine yol açar. Sosyal özdeşleşme, bir bireyin belirli bir gruba duygusal katılımıdır. Bu değişik ancak bağlantılı teoriyi takiben, sosyal kimliğin 3 boyutu şu şekilde açıklanabilir; (1) bilişsel boyut; belirli bir gruba ait olma bilgisi, (2) Duygusal boyut; gruba duygusal bağlılık, (3) değerlendirci bakış; ilişkiye dışarıdan değer verir. Diğer araştırmacılar, kimliğin davranışsal yönünü 4. boyut olarak eklemişlerdir (Van, Wagner, Stellmacher ve diğerleri, 2005).

Sosyal kimlik teorisi (Tajfel ve Turner, 1985), insanların sosyal çevrelerinde kendilerini ve başkalarını farklı sosyal kategoriler olarak sınıflandırma eğiliminde olduklarını savunur (Tajfel, Turner, 1985). Kendini sınıflandırma kuramının derin varsayımları, kişilerin kendilerini farklı düzeylerde sınıflandırmalarından kaynaklanmaktadır. Kişilerin kendilerini kişisel düzeyde farklı, grup düzeyinde ise diğer grup üyelerinden farklı olarak grup üyeleri olarak sınıflandırır. Bu durum özdeşleşme ile ilgili olduğunda, kişiler kariyerleriyle kişisel düzeyde, bir ile ilgili olduğunda, kişiler kariyerleriyle kişisel düzeyde, bir grubun çeşitli alt gruplarında, sosyal veya grup düzeyinde çalışma gruplarından biri olarak kendilerini tanımlarlar (Van, Wagner, Stellmacher ve diğerleri, 2005).

Sosyal özdeşleşme, “belirli insan gruplarına ait olma ve birlik algısı” olarak tanımlanabilir (Ashforth ve Mael, 1989). Özdeşleşme, kişinin ait olduğu algısıdır. Tabi oldukları grupla güçlü bir şekilde özdeşleşen bireyler, grubun başarılarını ve başarısızlıklarını paylaşırlar, kendilerini grubun üyesi olarak tanımlarlar, grupla “psikolojik olarak iç içe olurlar (Mael, Ashforth, 1995).

Futbolda Özdeşleşme

Özdeşleşme, erken çocukluk döneminde aile ve çevrenin algılanması ve aile üyelerinin takibi ile başlayan, ileri yaşlarda sistematize edilen ve kişiliğin oluşumunda

yer alan önemli bir sosyal süreçtir. Bu sürecin psikolojik önemi olmasına rağmen, sürecin oluşumu psikososyal ve sosyolojik bir ortamda gerçekleşir (Erkal, Güven, Ayan, 1998).

Futbolda özdeşleşme, bir bireyin bir sporcu veya takım gibi olmayı denemesi, onu taklit etmesi ve ona benzer düşünmeye ve davranmaya çalışmasıdır. Öte yandan, futbolun getirdiği kimlik, destek alan takımların bizzat yaşadığı şehirle ilgili bir gerçektir (Doğan, 1999). Dolayısıyla üç büyük takımdan birinin (Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş) bir yurttaş tarafından desteklenmesinde potansiyel bir kent özlemi olduğunu söyleyebiliriz (Cheney, 1983).

Bir kişinin erken yaşta bir sporcu veya takımla özdeşleşmesi daha kolaydır. Smith (1981) araştırmasında ekiple özdeşleşmenin genellikle erken yaşlarda gerçekleştiğini bulmuştur (Smith, 1985). Genç taraftarlar, odalarına veya tuvaletlerine favori sporcularının veya favori takımlarının posterini asarlar. Bu genç taraftar, tuttuğu takım ve sevdiği sporcu gibi davranmaya ve davranışlarını onlarınkine benzetmeye çalışır. Kendini onların bir parçası olarak görür. Öyle ki, onlarla yapılan işi kendisiyle yapılmış sayar; yenilgilerini kendi yenilgileri ve umutlarını yitirmeleri olarak algılar. Örneğin, 27 yaşındaki Mehmet Dalman ve 12 yaşındaki Hyusnu Civelek, 1995/1996 futbol sezonunda Trabzonspor'un Fenerbahçe'ye 2-1 yenilip şampiyonluk ümidini kaybetmesinin ardından intihar etti (Öcalan, 2003).

Taraftarların futbol takımlarıyla özdeşleşmeleri, bir futbol maçındaki figürlerin aidiyetlerinin yanı sıra gündelik hayata benzer roller üstlenmelerine dayanmaktadır. Gibi; Bir kişiyi mühürlemek ve sahayı kapatmak söz konusu olduğunda, futbolda oyuncular kurallar izin verse de vermese de birbirleriyle kıyasıya savaşırlar. Sosyal hayatın doğasını oluşturan statü ve roller arasında böyle bir mücadelenin, böyle bir etkileşimin gerçekleştiği düşünüldüğünde, taraftarların futbol oynamaya olan ilgilerinin toplumsal arka planı netlik kazanmaktadır (Doğan, 1999).

Özdeşleşmenin en mühim özelliği "Biz" ve "Onlar" grubudur. Taraftarlar, onların takımı, biz; başkalarını oldukları gibi kabul eder. Bir hayran için başarı bir zaferdir. Milli takımlarda ayrı takımların taraftarları milletle özdeşleşir, duygularımızı farklı şekillerde yaşar. Yani Galatasaray'a, Beşiktaş'a, Fenerbahçe'ye ya da Trabzonspor'a mensup olanlar, maçlarında tüm yürekleriyle milli takımı destekliyorlar. Burada milli

duygular takıma hakimdir. Popüler futbol kültürü, ulusal kimliğin oluşumuna çeşitli şekillerde katkı sağlamaktadır (Erdoğan, 1993)

Özdeşleşme, futbol taraftarlarının psikolojisinin önemli bir bileşenidir (Branscombe, Wann, 1992, Smith , Petterson , Williams , Hogg, 1981, Wakefield, 1995). Futbolda özdeşleşme taraftarların (taraftarların) takıma psikolojik olarak bağlanmasıyla ilişkilidir. Takımla üst düzeyde özdeşleşen taraftarlar bunu kendilerinin bir uzantısı olarak görüyor. Bu fanlar için takımın yükselişi, onları diğer fanlarla arkadaşlık kurmaya ve özgüvenlerine dayalı olarak "Ben bu takımın taraftarıyım" algısını geliştirmeye zorlar. Ayrıca takımlarındaki diğer taraftarlara, karşı takımın taraftarlarından daha iyi olduklarını hissettirir (Wann, Branscombe, 1995, Wann, Branscombe 1995, Wann, Dolan, 1994). Takımla özdeşleşme düzeyi düşük olan taraftarlar, sosyal özdeşleşmelerinin çok azını takımda harcarlar. Takımlarını belirli bir düzeyde izleseler de ilişkileri sınırlıdır (Erkan, 2003).

Takımına çok değer veren taraftarların her koşulda onu körü körüne destekleyeceğini söylemek yanlış olur. Takımıyla üst düzeyde özdeşleşen bazı taraftarlar, sahada yaşanan olaylara üzülürken, takımları kötü oynasa bile takımlarına olan bağlılıklarını koruyabilirler. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki 1994 ile 1995 beyzbol sezonundaki isyan nedeniyle çoğu taraftar hüüzün yaşadı ve Büyükler Baseball Ligi'ni bırakmışlardır (Erkan, 2003).

Kıdemli taraftarlar, daha fazla ilgileri ve takımla olan ilişkileri yüzünden takım hakkında daha fazla şey biliyor. Vann ve Branscombe tarafından 1995b'de Kansas Üniversitesi'ndeki öğrencilerle yapılan bir çalışmada, öğrencilerden ilk olarak SSIS almaları istendi. Daha sonra üniversite basketbol takımlarının oyuncular, takım geçmişi ve basketbol sporu (örn. oyun tarihi, kurallar) hakkındaki bilgi düzeylerini ölçmek için otuzbeş maddelik bir anket uygulandı. Sonuçlar, beklendiği üzere, üstün kimlikli taraftarların düşük kimlikli hayranlardan çok fazla bilgiye sahip olduğunu gösteriyor (Wann, Branscombe, 1995).

Futbol Taraftarlığında Olumlu ve Olumsuz Özdeşleşme

Fan için desteklediği kulübün işlevi bir kaynak grubu olarak görülüyor ve başarısı taraftar için bir güven ve gurur kaynağı olabilir. Bu açıdan özdeşleşme genel anlamda pozitif bir çağrışım verir. Futbolcunun veya fanın tanımladığı kişi, grup ve değerler olumsuz sonuçlara neden olur. Favori takımını yenildiğinde, şahsi bir kayıp

havası uyandırır. Takımlar bir kaynak grubu olmalıdır. Buna göre, benlik saygısı ile ilgili mühim sosyal ihtiyaçlar devreye girer ve bireyin tuttuğu takımının yenilgisi ya da zaferi ona öznel ve duygusal bir ağırlık verir (Özbaydar,1983).

1990 Dünya Kupası'nda, İngiltere'nin Kamerun'u yendiği gün, Bangladeşli bir kişi hüzünden kalp krizinden öldü ve Bangladeşli bir kadın kendini astı. İntihar etmeden önce bıraktığı notta; "Kamerun'un yıkılması hayatımın sonu demektir" diye yazdı (Kuper, 1996).

Takım kimliği ayrıca dini, etnik veya ulusal bir temele dayalı olabilir. Bir grup içinde iletişim kurmak, yani din, ırk veya etnik grubun birliği, genellikle duyguların merkezinde yer alır ve bir takımın itibarına saldırmak, onu destekleyenlerden güçlü manevi tepkiler alır. Örneğin, dini kimlik sporda potansiyel bir şiddet kaynağıdır. Glasgow Protestan Rangers ile İskoçya'da Katolik Celtics arasında 02.01.1971 tarihinde oynanan maçta altmışiki kişi hayatını kaybetmişti. Negatif özdeşleşmenin bir başka örneği de birinci Türkiye Futbol Ligi 1995-1996'nın 32. haftasında oynanan ve şampiyonluğu büyük ölçüde belirleyecek olan Trabzonspor-Fenerbahçe maıdır. Fenerbahçe, dışarıda Trabzonspor'u 2-1 yenerek ligde mühim bir fark elde etti. Maçtan bir gün sonra Trabzon'un Gerele Giresun ilçesinden ekstrem sporsever Mehmet Dalman (27) Trabzonspor'u mağlup etmesinin ardından kendini asarak intihar etti. Dalman'ın cesedi aranırken cebinden "Tabutuma Trabzonspor'un bayrağını sarın, eğer yeniden doğarsam Trabzonspor ile doğmak isterim" yazılı bir not düşer ve cenaze parası bulunur. Fenerbahçe'nin Trabzon'u yenmesinin ardından 2. intihar, Akçaabat'ın Doğanköy ilçesindeki bir ilkokul 5. sınıf öğrencisi Hüsnu Civelek (12 yaşında) oldu. Trabzonspor'un Fenerbahçe'ye yenilmesine üzülen ekstrem Trabzonspor Hyusnu Ivelek, şantiyede kapıya astığı iple intihar ediyor (Erkal, 1998).

3. YÖNTEM

Bu araştırma, genel tarama modelinde bir çalışma olarak yürütülmüştür. Araştırma amacına ulaşması için, betimsel modelde tasarlanmıştır. Betimsel araştırmalar, belli bir konuda var olan herhangi bir durumu, tasvir etmek için planlanan araştırmalardır (Tokay Argan vd., 2008, s. 186; Erdoğan, 1998, s. 60-61). Bu araştırma özelinde, futbol taraftarlarının kulüplerine duydukları güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeylerini betimlemek amaçlanmıştır.

3.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Çalışmanın evrenini İstanbul şehrinde faaliyet gösteren ve spor camiasında üç büyük kulüp olarak nitelendirilen Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray taraftarları oluşturmaktadır. Araştırmada kolayda örnekleme tekniğinden faydalanılmıştır. Evrenden en kolay en ekonomik ve en hızlı şekilde veri toplanmasına olanak tanıyan yöntemin kolayda örnekleme yöntemi olduğu değerlendirilmektedir (Malhotra, 2004). Veriler online olarak toplanmıştır. Geri dönen 523 ölçek formundan problemli olduğu değerlendirilen 21 ölçek formu dışındaki 502 veri analize alınmıştır. Araştırmanın örneklemini ise, gönüllü katılım esasına göre, üç büyük kulübün, 172 kadın ve 330 erkek taraftarı olmak üzere toplamda 502 futbol taraftarı oluşturmaktadır.

3.2. Veri toplama yöntemi ve ölçüm düzeyi

Bu çalışmada, veri toplama aracı olarak online veri toplama tekniği benimsenmiştir. Toplamda dört bölümden oluşan ölçme aracının birinci bölümünde futbol taraftarlarının demografik özellikleri sorgulanmaktadır (yaş, cinsiyet, medeni durum, öğrenim durumu, taraftarı olunan takım, maç takip etme durumu ve lisanslı ürün satın alma durumu). Futbol taraftarlarının kulüplerine olan güven düzeyleri (Spor Kulübüne Güven Ölçeği) ikinci bölümde, takımla özdeşleşme düzeyleri (Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği) üçüncü bölümde, takımlarına olan sadakat düzeyleri (Takım Sadakati Ölçeği) ise dördüncü bölümde olmak üzere, sorgulayan bir anket formu kullanılmıştır (Ek: 3). Anket uygulanmadan önce, ölçekleri geliştirilen araştırmacılardan mail yoluyla izin alınmış (Ek: 4), çalışmada kullanılan ölçekler için etik kurul raporu (Ek: 1), alınmıştır. Katılımcılara, çalışmada elde edilecek verilerin,

araştırmanın dışında hiçbir yerde kullanılmayacağını sözü verilmiş ve taraftar çalışmaya gönüllü katılım esasına göre dahil edilmiştir (Ek: 2).

Spor Kulübüne Güven Ölçeğindeki ifadelerin değerlendirilmesinde, ölçüm düzeyi olarak beş puanlı Likert tipi aralıklı (1= kesinlikle katılmıyorum – 5= tamamen katılıyorum), Spor Taraftarı Takımla Özdeşleşme Ölçeğindeki ifadelerin değerlendirilmesinde ölçüm düzeyi olarak 8 dereceli (1= önemli değil – 8= çok önemli) ve Takım Sadakati Ölçeğindeki ifadelerin değerlendirilmesinde ise, ölçüm düzeyi olarak 7 dereceli (1= hiç katılmıyorum – 7= kesinlikle katılıyorum) ölçeklerden faydalanılmıştır.

3.3.Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Spor Kulübüne Güven Ölçeği; Bu çalışmada taraftarların kulüplerine olan güven düzeylerini ölçmek için Açık ve Karademir (2019) tarafından geliştirilen, 22 ifade ve üç (3) alt boyuttan oluşan Spor Kulübüne Güven Ölçeği kullanılmıştır. Ölçekteki ifadeler “Antrenörümüzün oyuna müdahalesini beğenirim”, “Kulüp başkanının dürüst olduğuna inanırım” ve “Sporcular kazanmak için her türlü çabayı sarfeder” gibi sorulardan oluşmaktadır. Ölçekteki 1. ifade ile 5. ifade ters kodlanmıştır. Açık ve Karademir (2019) çalışmada, antrenöre güven alt boyutu (1.2.3.4.5.6.7.8.9. ifadeler) iç tutarlılık katsayısını .991, başkana güven alt boyutu (10.11.12.13.14.15.16. ifadeler) iç tutarlılık katsayısını .978 ve sporcuya güven alt boyutu (17.18.19.20.21.22. ifadeler) iç tutarlılık katsayısını .987 olarak tespit etmiştir.

Spor Taraftarı Takımla Özdeşleşme Ölçeği; Taraftarların takımları ile özdeşleşme düzeylerini ölçmek için Wann ve Branscombe (1993) tarafından geliştirilen, Türkçe uyarlaması Günay ve Tiryaki (2003) tarafından yapılan, 7 ifade ve tek alt boyuttan oluşan Spor Taraftarı Takımla Özdeşleşme Ölçeği kullanılmıştır. Ölçekteki ifadeler “Kendinizi tuttuğunuz takımın ne kadar güçlü bir taraftarı olarak görürsünüz” ve “Tuttuğunuz takımın kazanması sizin için ne kadar önemlidir” gibi sorulardan oluşmaktadır. Günay ve Tiryaki (2003) tarafından yapılan çalışmada, ölçeğin toplam iç tutarlılık katsayısı .87 olarak tespit etmiştir.

Takım Sadakati Ölçeği; Bu çalışmada taraftarların takımlarına olan sadakat düzeylerini ölçmek için Jung (2012) tarafından modifiye edilen, Türkçe uyarlaması

Polat, Sönmezoğlu, Yıldız ve Çoknaz (2019) tarafından yapılan, 9 ifade ve iki (2) alt boyuttan oluşan Spor Kulübüne Güven Ölçeği kullanılmıştır. Ölçekteki ifadeler “Bu takım ligdeki en iyi takımdır” ve “Bu takımın ürünlerini satın alırım” gibi sorulardan oluşmaktadır. Polat ve arkadaşları (2019) yaptıkları çalışmada, davranışsal sadakat alt boyutu (1.2.3.4.5. ifadeler) iç tutarlılık katsayısını .82, tutumsal sadakat (6.7.8.9. ifadeler) iç tutarlılık katsayısını .80 ve iç tutarlılık katsayısını .99 olarak tespit etmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

Çalışmanın verileri üzerinde, ilk olarak, ortalama, standart sapma, frekans/yüzde, normal dağılım testi, (Kolmogorov-Smirnov test), gibi tanımlayıcı istatistikler yapılmıştır. Normal dağılım testi sonuçlarına göre cinsiyet (Ek: 5), medeni durum (Ek: 6), Öğrenim durumu (Ek: 7), taraftarı olunan takım (Ek: 8), maç takip etme durumu (Ek: 9), lisanslı ürün satın alma durumu (Ek: 10) ve yaş (Ek: 11) bağımsız değişkenleri açısından, verilerin normal dağılım koşulunu sağlamadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla ikili karşılaştırmalarda t-testi (Mann-Withney U Test), çoklu karşılaştırmalarda varyans analizi (Kruskal Wallis H Test) ilişki düzeyini belirlemek için ise korelasyon testi (Spearman Correlation Test) kullanılmıştır. Varyans analizi testinden sonra anlamlı farklılığın hangi gruplarda olduğunu belirlemek için yapılan ikili karşılaştırmalardan kaynaklanabilecek tip I hatayı önlemek için bonferonni düzeltme yöntemi kullanılmıştır (taraftarı olunan takım değişkeni için anlamlılık düzeyi (0.05) yapılan Mann-Withney U testi testi miktarına (3) bölünmüş ve anlamlılık düzeyi 0.017 olarak belirlenmiştir). Araştırma verilerinin analizinde, IBM SPSS 22.0 paket programından faydalanılmıştır.

4. BULGULAR

Bu bölümün inceleme sürecinde, elde edilen sonuçlar üstünde yapılan çalışmaların sonuçlarına ilişkin, hipotezlere yönelik bulgular yer almaktadır. Öte yandan çalışmaya katılmış futbol taraftarlarının demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı istatistiklerde bu bölümde raporlanmıştır.

Çalışmanın demografik farklılıklarına ait analiz sonuçları tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Taraftarların demografik özelliklerine ait istatistiksel dağılımlar

Cinsiyet	N	%	Medeni Durum	N	%
1. Erkek	330	65.7	1. Evli	77	15.3
2. Kadın	172	34.3	2. Bekar	425	84.7
Toplam	502	100.0	Toplam	502	100.0
Öğrenim Durumu	N	%	TOT	N	%
1. Lise ve altı	80	15.9	1. Beşiktaş	93	18.5
2. Üniversite ve üstü	422	81.5	2. Fenerbahçe	201	40.0
Toplam	502	100.0	3. Galatasaray	208	41.4
Maç Takip Etme Durumu			Toplam	502	100.0
1. Her zaman	377	75.1	Lisanslı Ürün Satın Alma Durumu		
2. Ara sıra	125	24.9	1. Evet	291	58.0
Toplam	502	100.0	2. Hayır	211	42.0
Yaş			Toplam	502	100.0
Ortalama	24.31				
Standart sapma	4.90				
Minimum	18				
Maksimum	50				

TOT (Taraftarı Olunan Takım)

Tablo 1’i incelediğimizde araştırmaya katılan taraftarların %65,7’sinin erkek, %34,3’ünün kadın, %15,3’ünün evli, %84,7’sinin bekar, %15,9’unun lise ve altı öğrenim kademelerinden mezun olduğu, %81,5’inin ise üniversite ve yüksek öğretim programlarından çıkışlı olduğu belirlenmiştir. Taraftarların %18,5’inin Beşiktaş,

%40,0'ının Fenerbahçe, %41,4'ünün ise Galatasaray takımını desteklediği görülürken, %75,1'inin takımlarının maçlarını her zaman izlediği, %24,9'unun ise ara sıra takımlarının maçlarını izlediği, %58,0'ının takımlarının lisanslı ürünlerini satın aldığı, %42,0'ının ise takımlarının lisanslı ürünlerini satın almadığı tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan taraftarların yaş ortalamasının 24.31 olduğu ve yaşlarının 18 ile 50 yaş aralığında dağıldığı görülmektedir (Bkz. Tablo 1).

Cinsiyet değişkeni ile taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri aralarındaki, manidar farkların tespitlerine yönelik t-test sonucu tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati durumlarının cinsiyet farklılıklarına indinde karşılaştırılması

Bağımlı Değişkenler	Cinsiyet	N	Sıra ort.	Sıra top.	U	p
Antrenöre Güven	1. Erkek	330	239.75	79117.50	24502.500	.012
	2. Kadın	172	274.04	47135.50		
Başkana Güven	1. Erkek	330	250.78	82757.00	28142.000	.877
	2. Kadın	172	252.88	43496.00		
Sporcuya Güven	1. Erkek	330	242.69	80088.50	25473.500	.059
	2. Kadın	172	268.40	46164.50		
Takımla Özdeşleşme	1. Erkek	330	284.03	93731.50	17643.500	.001
	2. Kadın	172	189.08	32521.50		
Davranışsal Sadakat	1. Erkek	330	283.12	93431.00	17944.000	.001
	2. Kadın	172	190.83	32822.00		
Tutumsal Sadakat	1. Erkek	330	280.87	92688.00	18687.000	.001
	2. Kadın	172	195.15	33565.00		

*P<0,05; N (502)

Taraftarların cinsiyet değişkenine göre kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri aralarında, manidar bir değişkenlerin varlığını test etmek amacı ile yapılan Mann-Withney U testi sonucunda, antrenöre güven (U=24502.500, p<0.05), takımla özdeşleşme (U=17643.500, p<0.05), davranışsal sadakat (U=17944.000, p<0.05) ve tutumsal sadakat (U=18687.000, p<0.05) alt boyutları arasında, istatistiksel olarak manidar farklılık bulunurken, cinsiyet değişkenine göre, başkana güven (U=28142.000, p>0.05) ve sporcuya güven (U=25473.500, p>0.05) alt

boyutları arasında ise, istatistiksel olarak manidar farklılıklar bulunamamıştır (Bkz. Tablo 2).

Medeni durum farklılıkları ile taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri aralarında, manidar farklılığın tespit durumuna yönelik t-testi sonuçları tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3. Katılımcıların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeylerinin medeni durum değişkenine nazarında karşılaştırılması

Bağımlı Değişkenler	Medeni Durum	N	Sıra ort.	Sıra top.	U	p
Antrenöre Güven	1. Evli	77	240.06	18485.00	15482.000	.451
	2. Bekar	425	253.57	107768.00		
Başkana Güven	1. Evli	77	232.98	17939.50	14936.500	.223
	2. Bekar	425	254.86	108313.50		
Sporcuya Güven	1. Evli	77	234.68	18070.00	15067.500	.267
	2. Bekar	425	254.55	108183.00		
Takımla Özdeşleşme	1. Evli	77	254.96	19632.00	16096.000	.820
	2. Bekar	425	250.87	106621.00		
Davranışsal Sadakat	1. Evli	77	235.12	18104.50	15101.500	.281
	2. Bekar	425	254.47	108148.50		
Tutumsal Sadakat	1. Evli	77	233.58	17986.00	14983.000	.235
	2. Bekar	425	254.75	108267.00		

*P<0,05; N (502)

Taraftarların medeni durumu değişkenine göre kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri aralarında, manidar farklılığın varlığını ölçmek amacıyla yapılan Mann-Withney U testi sonucunda, antrenöre güven (U=15482.000, p>0.05), başkana güven (U=14936.500, p>0.05), sporcuya güven (U=15067.500, p>0.05), takımla özdeşleşme (U=16096.000, p>0.05), davranışsal sadakat (U=15101.500, p>0.05) ve tutumsal sadakat (U=14983.000, p>0.05) alt boyutları arasında ise, istatistiksel olarak manidar farklılık tespit edilememiştir (Bkz. Tablo 3).

Öğrenim durumu değişkeni ile taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri arasındaki, manidar farklılıkların belirlenmesine yönelik yönelik t-testi sonucu tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeylerinin öğrenim durumu değişkenine göre karşılaştırılması

Bağımlı Değişkenler	Öğrenim Durum	N	Sıra ort.	Sıra top.	U	p
Antrenöre Güven	1.Lise ve altı	80	251.81	20704.50	16295.500	.622
	2.Üniversite ve üstü	422	250.11	105548.50		
Başkana Güven	1.Lise ve altı	80	270.48	21638.50	15361.500	.201
	2.Üniversite ve üstü	422	247.90	104614.50		
Sporcuya Güven	1.Lise ve altı	80	265.31	21224.50	15775.500	.352
	2.Üniversite ve üstü	422	248.88	105028.50		
Takımla Özdeşleşme	1.Lise ve altı	80	278.59	22287.00	14713.000	.068
	2.Üniversite ve üstü	422	246.36	103966.00		
Davranışsal Sadakat	1.Lise ve altı	80	276.85	22148.00	14852.000	.088
	2.Üniversite ve üstü	422	246.69	104105.00		
Tutumsal Sadakat	1.Lise ve altı	80	278.45	22276.00	14724.000	.068
	2.Üniversite ve üstü	422	246.39	103977.00		

*P<0,05; N (502)

Taraftarların öğrenim durumu değişkenine göre kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri arasında, manidar bir farklılıkların varlığını ölçmek için yapılan Mann-Withney U testi sonucunda, antrenöre güven (U=16295.500, p>0.05), başkana güven (U=15361.500, p>0.05), sporcuya güven (U=15775.500, p>0.05), takımla özdeşleşme (U=14713.000, p>0.05), davranışsal sadakat (U=14852.000, p>0.05) ve tutumsal sadakat (U=14724.000, p>0.05) alt boyutları arasında ise, istatistiksel olarak manidar farklılık saptanamamıştır (Bkz. Tablo 4).

Maç takip etme durumu değişkeni ile taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri arasındaki, manidar durumların tespitine yönelik yönelik t-testi sonuçları tablo 5'de sunulmuştur.

Tablo 5. Taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeylerinin maç takip etme durumu değişkenine göre karşılaştırılması

Bağımlı Değişkenler	MTED	N	Sıra ort.	Sıra top.	U	p
Antrenöre Güven	1. Her zaman	377	256.72	96784.50	21593.500	.160
	2. Ara sıra	125	235.75	29468.50		
Başkana Güven	1. Her zaman	377	253.37	95520.50	22857.500	.615
	2. Ara sıra	125	245.86	30732.50		
Sporcuya Güven	1. Her zaman	377	255.23	96220.50	22157.500	.316
	2. Ara sıra	125	240.26	30032.50		
Takımla Özdeşleşme	1. Her zaman	377	288.15	108633.50	9744.500	.001
	2. Ara sıra	125	140.86	17619.50		
Davranışsal Sadakat	1. Her zaman	377	289.69	109211.50	9166.500	.001
	2. Ara sıra	125	136.33	17041.50		
Tutumsal Sadakat	1. Her zaman	377	290.92	109676.00	8702.000	.001
	2. Ara sıra	125	132.62	16577.00		

*P<0,05; N (502) (MTED=Maç Takip Etme Durumu)

Taraftarların maç takip etme durumu değişkenine göre kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri arasında, manidar farklılıkların varlığını test etmek amacı ile yapılan Mann-Withney U testi sonucundatakımla özdeşleşme (U=9744.500, p<0.05), davranışsal sadakat (U=9166.500, p<0.05) ve tutumsal sadakat (U=8702.000, p<0.05) alt boyutları arasında, istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilirken, maç takip etme durumu değişkenine göre, antrenöre güven (U=21593.500, p>0.05), başkana güven (U=22857.500, p>0.05), sporcuya güven (U=22157.500, p>0.05) alt boyutları arasında ise, istatistiksel olarak manidar farklılıklar tespit edilememiştir (Bkz. Tablo 5).

Lisanslı ürün satın alma durumu değişkeni ile taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri aralarındaki, manidar durumların tespitine yönelik yönelik t-testi sonuçları tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeylerinin lisanslı ürün satın alma durumu değişkenine göre karşılaştırılması

Bağımlı Değişkenler	LÜSAD	N	Sıra ort.	Sıra top.	U	p
Antrenöre Güven	1. Evet	291	254.07	73933.50	29953.500	.641
	2. Hayır	211	247.96	52319.50		
Başkana Güven	1. Evet	291	259.82	75609.00	28278.000	.130
	2. Hayır	211	240.02	50644.00		
Sporcuya Güven	1. Evet	291	260.07	75679.50	28207.500	.119
	2. Hayır	211	239.68	50573.50		
Takımla Özdeşleşme	1. Evet	291	305.49	88894.50	14992.500	.001
	2. Hayır	211	177.05	37358.50		
Davranışsal Sadakat	1. Evet	291	314.45	91503.50	12383.500	.001
	2. Hayır	211	164.69	34749.50		
Tutumsal Sadakat	1. Evet	291	304.05	88479.00	15408.000	.001
	2. Hayır	211	179.02	37774.00		

*P<0,05; N (502) (LÜSAD=Lisanslı Ürün Satın Alma Durumu)

Taraftarların lisanslı ürün satın alma durumu değişkenine göre kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri arasında, manidar bir farklılığın varlığını ölçmek amacıyla yapılan Mann-Withney U testi sonucunda, antrenöre güven (U=29953.500, $p>0.05$), başkana güven (U=28278.000, $p>0.05$) ve sporcuya güven (U=28207.500, $p>0.05$) alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanamazken, lisanslı ürün satın alma durumu değişkenine göre takımla özdeşleşme (U=14992.500, $p<0.05$), davranışsal sadakat (U=12383.500, $p<0.05$) ve tutumsal sadakat (U=15408.000, $p<0.05$) alt boyutları arasında, istatistiksel olarak manidar farklılık saptanmıştır (Bkz. Tablo 6).

Taraftarı olunan takım değişkeni ile taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri arasındaki, manidar durumların tespitine yönelik varyans analizi sonuçları tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. Taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeylerinin taraftarı olunan takım değişkenine göre varyans analizi sonuçları

Bağımlı Değişkenler	Taraftarı Olunan Takım	N	Sıra ort.	sd	χ^2	p	(I-J)
Antrenöre Güven	1. Beşiktaş	93	239.17				
	2. Fenerbahçe	201	250.96	2	1.039	.595	
	3. Galatasaray	208	257.53				
Başkana Güven	1. Beşiktaş	93	260.41				
	2. Fenerbahçe	201	242.64	2	1.312	.519	
	3. Galatasaray	208	256.07				
Sporcuya Güven	1. Beşiktaş	93	250.03				
	2. Fenerbahçe	201	251.35	2	0.016	.992	
	3. Galatasaray	208	252.30				
Takımla Özdeşleşme	1. Beşiktaş	93	237.25				
	2. Fenerbahçe	201	272.25	2	6.874	.032	2-3,
	3. Galatasaray	208	237.82				
Davranışsal Sadakat	1. Beşiktaş	93	257.90				
	2. Fenerbahçe	201	267.77	2	6.139	.046	2-3
	3. Galatasaray	208	232.91				
Tutumsal Sadakat	1. Beşiktaş	93	261.15				
	2. Fenerbahçe	201	267.86	2	7.085	.029	2-3
	3. Galatasaray	208	231.38				

*P<0,05; ** P<0,017; N (502)

Taraftarların tuttuğu takım değişkenine göre kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri arasında, manidar farklılığın varsayımlarını ölçmek amacı ile yapılan Kruskal Wallis H testi sonucunda, taraftarların tuttuğu takım değişkeni ile antrenöre güven χ^2 (sd=2, n=502) = 1.039, p>0.05), başkana güven χ^2 (sd=2, n=502) = 1.312, p>0.05) ve sporcuya güven χ^2 (sd=2, n=502) = 0.016, p>0.05) alt boyutları arasında, istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilemezken, taraftarların tuttuğu takım değişkenine göre takımla özdeşleşme χ^2 (sd=2, n=502) = 6.874, p<0.05), davranışsal sadakat χ^2 (sd=2, n=502) = 6.139, p<0.05) ve tutumsal sadakat χ^2 (sd=2, n=502) = 7.085, p<0.05) alt boyutları arasında, istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 7).

Taraftarı olunan takım değişkenine göre, alt boyutlardaki anlamlı farklılığın hangi takım taraftarları arasında olduğunu belirlemek için yapılan, tekrarlı Mann Whitney U testleri sonucunda, takımla özdeşleşme alt boyutunda, Fenerbahçe'yi destekleyen taraftarlar ile Galatasaray'ı destekleyen taraftarlar ($U=18048.000$, $p<0.017$) arasında, davranışsal sadakat alt boyutunda, benzer şekilde Fenerbahçe'yi destekleyen taraftarlar ile Galatasaray'ı destekleyen taraftarlar ($U=17986.500$, $p<0.017$) arasında ve tutumsal sadakat alt boyutunda, yine Fenerbahçe'yi destekleyen taraftarlar ile Galatasaray'ı destekleyen taraftarlar ($U=17871.000$, $p<0.017$) arasında, istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur (Bkz. EK: 12). Takımla özdeşleşme, davranışsal sadakat ve tutumsal sadakat alt boyutlarında, Beşiktaş'ı destekleyen taraftarlar ile Galatasaray'ı ve Fenerbahçe'yi destekleyen taraftarlar arasında ise, istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ($p>0.017$)

Taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme, takım sadakati düzeyleri ve yaş değişkeni ile aralarındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik olarak yapılan korelasyon testi sonuçları tablo 8'te sunulmuştur.

Tablo 8. Taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme, takım sadakati düzeyleri ve yaş değişkeni arasındaki korelasyon testi sonuçları

	Yaş	Antrenöre Güven	Başkana Güven	Sporcuya Güven	Takımla Özdeşleşme	Davranışsal Sadakat
Antrenöre Güven	-.001					
Başkana Güven	-.014	.387**				
Sporcuya Güven	-.042	.517**	.533**			
Takımla Özdeşleşme	-.007	.046	.105*	.082		
Davranışsal Sadakat	-.023	.009	.065	.072	.734**	
Tutumsal Sadakat	-.032	.016	.048	.092*	.761**	.774**

* $p<0,05$; ** $p<0,01$; N (502)

Yaş değişkeni ile kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeylerine ait alt boyutlar aralarında, manidar ilişkinin varlığını ölçmek amacı ile yapılan spearman korelasyon testi sonucunda, yaş değişkeni ile antrenöre güven ($r= -.001$; $p>0.05$) başkana güven ($r= -.014$; $p>0.05$), sporcuya güven ($r= -.042$; $p>0.05$), takımla özdeşleşme ($r= -.007$; $p>0.05$), davranışsal sadakat ($r= -.023$; $p>0.05$) ve

tutumsal sadakat ($r = -.032$; $p > 0.05$) alt boyutları arasında istatistiksel olarak manidar ilişki tespit edilememiştir. Antrenöre güven alt boyutu ile takımla özdeşleşme ($r = .046$; $p > 0.05$), davranışsal sadakat ($r = .009$; $p > 0.05$) ve tutumsal sadakat ($r = .016$; $p > 0.05$) alt boyutları arasında, istatistiksel olarak manidar ilişki saptanamamıştır. Başkana güven alt boyutu ile takımla özdeşleşme ($r = .105$; $p < 0.05$) arasında istatistiksel olarak düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu belirlenirken, başkana güven alt boyutu ile davranışsal sadakat ($r = .065$; $p > 0.05$) ve tutumsal sadakat ($r = .048$; $p > 0.05$) alt boyutları arasında, istatistiksel olarak anlamlı ilişki belirlenememiştir. Sporcuya güven alt boyutu ile takımla özdeşleşme ($r = .082$; $p > 0.05$) ve davranışsal sadakat ($r = .072$; $p > 0.05$) alt boyutları arasında istatistiksel olarak manidar ilişki bulunamazken, sporcuya güven alt boyutu ile tutumsal sadakat ($r = .092$; $p < 0.05$) alt boyutu arasında, istatistiksel olarak düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur. Takımla özdeşleşme alt boyutu ile davranışsal sadakat ($r = .734$; $p < 0.01$) ve tutumsal sadakat ($r = .761$; $p < 0.01$) alt boyutları arasında ise, istatistiksel olarak yüksek düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu tez araştırmasının amacı, spor taraftarlarının kulübe duydukları güven, takımları ile özdeşleşme düzeyleri ve takımlarına olan sadakat seviyeleri arasındaki ilişkileri incelemektir. Bu bölümde Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray futbol takımlarını destekleyen, 502 futbol taraftarına, spor kulübüne olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati algısı başlığı altında, sunulan ifadelerin sonuçları tartışılmıştır. Araştırmanın evreninden alınan örneklem (502) sayısına baktığımızda, Sekeran'ın (1992: 253) önerdiği referans değerin (384) üzerinde olduğu görülmektedir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012, s.137 NAKLEN). Dolayısıyla örneklem yeterliliği açısından toplanan verilerin yeterli olduğu ifade edilebilir.

Tablo 2. incelendiğinde cinsiyet değişkenine göre kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeylerine ait antrenöre güven, takımla özdeşleşme, davranışsal sadakat ve tutumsal sadakat alt boyutlarında, istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanırken, başkana güven ve sporcuya güven alt boyutlarında ise, istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanamadığı görülmektedir (Bkz. Tablo 2). Cinsiyet değişkenine ait sıra ortalamaları incelendiğinde, kadın taraftarların antrenöre güven (274.04) alt boyutu sıra ortalamasının erkek taraftarların antrenöre güven (239.75) alt boyutu sıra ortalamasından daha yüksek olduğu, erkek taraftarların takımla özdeşleşme (284.03), davranışsal sadakat (283.12) ve tutumsal sadakat (280.87) alt boyutu sıra ortalamalarının ise, kadın taraftarların takımla özdeşleşme (189.08), davranışsal sadakat (190.83) ve tutumsal sadakat (195.15) alt boyutu sıra ortalamalarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 2). Bir başka ifadeyle kadın taraftarlar erkek taraftarlara nazaran antrenöre daha fazla güven duygusu beslemektedir, diyebiliriz. Kulübe olan güven bağlamında Polat ve Ceep (2008) yaptığı çalışmada bizim çalışmamızla farklı sonuçlara ulaşırken, sadakat noktasında Polat ve arkadaşlarının (2019) yapmış olduğu çalışma ise bizim sonuçlarımızla örtüşmektedir.

Taraftarların medeni durumu değişkenine göre antrenöre güven, başkana güven, sporcuya güven, takımla özdeşleşme, davranışsal sadakat ve tutumsal sadakat alt boyutları arasında, istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir (Bkz. Tablo 3). Bir başka ifadeyle taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakati düzeyleri konusunda düşüncelerinin benzer olduğunu söyleyebiliriz.

Spor külüne güven bağlamında Savaş, Karataş ve Karataş (2021) yaptığı çalışmada bizim çalışmamızdan farklı sonuçlara ulaşmışlardır.

Taraftarların  ğrenim durumu değişkenine göre, antrenöre güven, başkana güven, sporcuya güven, takımla özdeşleşme, davranışsal sadakat ve tutumsal sadakat alt boyutları arasında, istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanamamıştır (Bkz. Tablo 4). Bu durumu taraftarların kulübe olan güven, takımla özdeşleşme ve takım sadakatine yönelik tutumlarının benzer olduğu şeklinde yorumlayabiliriz. Savaş, Karataş ve Karataş (2021) yapmış oldukları çalışmada bizim çalışmamızdan farklı sonuçlara ulaşmıştır.

Taraftarların ma  takip etme durumu değişkenine göre takımla özdeşleşme, davranışsal sadakat ve tutumsal sadakat alt boyutları arasında, istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilirken, ma  takip etme durumu değişkenine göre, antrenöre güven, başkana güven ve sporcuya güven alt boyutunda, istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir (Bkz. Tablo 5). Ma  takip etme durumu değişkenine ait sıra ortalamaları incelendiğinde, takımının maçlarını her zaman takip eden taraftarların takımla özdeşleşme (288.15), davranışsal sadakat (289.69) ve tutumsal sadakat (290.92) alt boyutu sıra ortalamasının, takımının maçlarını ara sıra takip eden taraftarların takımla özdeşleşme (140.86), davranışsal sadakat (136.33) ve tutumsal sadakat (132.62) alt boyutu alt boyutu sıra ortalamasından, daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 5).

Taraftarların lisanslı ürün satın alma durumu değişkenine göre antrenöre güven, başkana güven ve sporcuya güven alt boyutları arasında, istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanamazken, takımla özdeşleşme, davranışsal sadakat ve tutumsal sadakat alt boyutları arasında, istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır (Bkz. Tablo 6). Lisanslı  r n satın alma durumu değişkenine ait sıra ortalamalarına göre, takımının lisanslı ürünlerini satın alan taraftarların takımla özdeşleşme (305.49), davranışsal sadakat (315.45) ve tutumsal sadakat (304.05) alt boyutu sıra ortalamalarının, takımının lisanslı ürünlerini satın almayan taraftarların takımla özdeşleşme (177.05), davranışsal sadakat (164.69) ve tutumsal sadakat (179.02) alt boyutu sıra ortalamalarından, daha yüksek olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 6).

Taraftarların tuttuğu takım değişkenine göre antrenöre güven, başkana güven ve sporcuya güven alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit

edilemezken, takımla özdeşleşme, davranışsal sadakat ve tutumsal sadakat alt boyutları arasında, istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 7).

Taraftarı olunan takım değişkenine göre, takımla özdeşleşme, davranışsal sadakat ve tutumsal sadakat alt boyutlardaki anlamlı farklılığın, hangi takım taraftarları arasında olduğunu tespit etmek için yapılan, tekrarlı Mann Whitney U testleri sonucunda, takımla özdeşleşme, davranışsal sadakat ve tutumsal sadakat alt boyutlarında, Beşiktaş'ı destekleyen taraftarlar ile Galatasaray'ı ve Fenerbahçe'yi destekleyen taraftarlar arasında, istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilemezken ($p>0.017$), anlamlı farklılığın Fenerbahçe ve Galatasaray taraftarları arasında olduğu belirlenmiştir (Bkz. EK: 12).

Takımla özdeşleşme alt boyutunda Fenerbahçe'yi destekleyen taraftarlar ile Galatasaray'ı destekleyen taraftarlar ($U=18048.000$, $p<0.017$) arasında olduğu görülmektedir. Takımla özdeşleşme değişkenine ait sıra ortalamalarına ilişkin sonuçlar, Fenerbahçeli taraftarların takımla özdeşleşme alt boyutu sıra ortalamasının (305.49), Galatasaray taraftarlarının takımla özdeşleşme alt boyutu (177.05) sıra ortalamasından daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Davranışsal sadakat alt boyutunda ise, benzer şekilde Fenerbahçe'yi destekleyen taraftarlar ile Galatasaray'ı destekleyen taraftarlar ($U=17986.500$, $p<0.017$) arasında olduğu belirlenmiştir. Davranışsal sadakat alt boyutu sıra ortalamalarına baktığımızda, Fenerbahçeli taraftarların davranışsal sadakat (315.45) sıra ortalamasının, Galatasaray taraftarlarının davranışsal sadakat (164.69) alt boyutu sıra ortalamasından, daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tutumsal sadakat alt boyutunda, yine Fenerbahçe'yi destekleyen taraftarlar ile Galatasaray'ı destekleyen taraftarlar ($U=17871.000$, $p<0.017$) arasında, istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Tutumsal sadakat alt boyutu sıra ortalaması değerlerine göre, Fenerbahçe'yi destekleyen taraftarların tutumsal sadakat (304.05) alt boyutu sıra ortalamasının, Galatasaray'ı destekleyen taraftarlarının tutumsal sadakat (179.02) alt boyutu sıra ortalamasından, daha yüksek çıkmıştır.

Yaş değişkeni ile bağımlı değişkenler arasındaki korelasyon testi sonuçları, yaş değişkeni ile antrenöre güven, başkana güven, sporcuya güven, takımla özdeşleşme,

davranışsal sadakat ve tutumsal sadakat alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkinin varlığı tespit edilememiştir (Bkz. Tablo 8).

Korelasyon testi sonuçları, antrenöre güven alt boyutu ile takımla özdeşleşme, davranışsal sadakat ve tutumsal sadakat alt boyutları arasında, istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğu kanıtlanamamıştır. (Bkz. Tablo 8).

Başkana güven alt boyutu ile takımla özdeşleşme alt boyutu arasında istatistiksel olarak düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişkinin varlığına rastlanırken, başkana güven alt boyutu ile davranışsal sadakat ve tutumsal sadakat alt boyutları arasında, istatistiksel olarak anlamlı ilişkinin varlığına rastlanılmamıştır. Bir başka ifadeyle, taraftarların başkana olan güven düzeyleri arttıkça takımları ile özdeşleşme düzeylerinde de bir artışa neden olmaktadır diyebiliriz. Başkana güven alt boyutu ile takımla özdeşleşme ($r^2=0.01$) alt boyutu arasındaki determinasyon katsayısını incelediğimizde, taraftarların başkanlarına olan güven düzeylerinde meydana gelen 1 birimlik artışın, taraftarların takımla özdeşleşme düzeylerinde %01'lik gibi, düşük bir artışa neden olmaktadır şeklinde yorumlayabiliriz (Bkz. Tablo 8).

Sporcuya güven alt boyutu ile takımla özdeşleşme ve davranışsal sadakat alt boyutları arasında, istatistiksel olarak anlamlı ilişki tespit edilemezken, sporcuya güven alt boyutu ile tutumsal sadakat alt boyutu arasında, istatistiksel olarak düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bir başka deyişle taraftarların takımdaki sporcuya olan güven düzeyleri arttıkça takımlarına olan tutumsal sadakat duygularında da bir artışa neden olmaktadır diyebiliriz. Sporcuya güven alt boyutu ile tutumsal sadakat ($r^2=0.01$) alt boyutu arasındaki determinasyon katsayısı, taraftarların takımlarındaki sporcuya olan güven düzeylerinde meydana gelen 1 birimlik artışın, taraftarların tutumsal sadakat düzeylerinde %01'lik gibi, düşük bir artışa neden olduğunu göstermektedir (Bkz. Tablo 8).

Sonuç olarak takımla özdeşleşme alt boyutu ile davranışsal sadakat ($r=.734$; $p<0.01$) ve tutumsal sadakat ($r=.761$; $p<0.01$) alt boyutları arasında ise, istatistiksel olarak yüksek düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu bulunmuştur. Yani taraftarların takımdaki takımla özdeşleşme düzeyleri arttıkça takımlarına olan sadakat duygularında da bir artışa olmaktadır diyebiliriz. Takımla özdeşleşme alt boyutu ile davranışsal sadakat ($r^2=0.54$) ve tutumsal sadakat ($r^2=0.58$) alt boyutları arasındaki determinasyon katsayısına ilişkin sonuçlar, taraftarların takımla özdeşleşme

düzeylerinde meydana gelen 1 birimlik artışın, taraftarların davranışsal sadakat düzeylerinde % 54'lük ve taraftarların tutumsal sadakat düzeylerinde % 58'lik gibi, çok yüksek bir artışa neden olduğunu göstermektedir (Bkz. Tablo 8).



KAYNAKLAR

- Acet M. “Futbol Seyircisini Fanatik ve Saldırgan Olmaya Yönelten Sosyal Faktörler”.
Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri
Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı. 2001.
- Açak, M., ve Karademir, T. (2019). Spor kulübüne güven ölçeğinin geliştirilmesi:
geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri
Dergisi*, 21(1), 54-66.
- Afyon Y. A., “Futbol’da Öğrenme ve Öğretme”. Yayınlanmamış Doktora tezi,
İstanbul: M.Ü. Sağlık Bilimleri Enstitüsü, 1994.
- Akın Y. “Ana Hatları ile Cumhuriyet Döneminde Beden Terbiyesi ve Spor
Politikaları”. *Toplum ve Bilim Dergisi* 2005; Sayı,103: s. 53–93.
- Alpman C. “Eğitimin Bütünlüğü İçinde Beden Eğitimi ve Çağlar Boyunca Gelişimi”.
Ankara: T.C. Başbakanlık Gençlik ve spor Genel Müdürlüğü Spor Eğitimi
Dairesi Başkanlığı Yayını. 2001.
- Altunışık, R. Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E., (2012). Sosyal bilimlerde
araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı. Sakarya Yayıncılık.
- Apaydın A, “Futbola Giriş”. 1.Baskı, 2000, Bursa, Akmat Akınoğlu Matbaacılık.
- Arıkan A N. “Farklı Branşlardaki Spor Seyircilerinin Sosyo-Kültürel Profili ve
İzleyicilik Durumları Üzerine Bir Araştırma”. Yayınlanmamış Doktora Tezi.
Ankara: Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor
Anabilim Dalı. 2000.
- Ashforth B E. ve Mael F. “Social Identity Theory and the Organizations”, *Academy
of Management Review*, 14, p. 20–39. 1989.
- Backman Carl W, “Secord Paul F Social Psycholgy”. 2nd Ed. Tokyo: Mc Graw Hill
Ltd; 1974. s.118-120.
- Bilgili A, “Vanspor Olgusunun Sosyolojik Boyutu”. 100. Yıl Eğitim Fakültesi Sosyal
Bilimler Dergisi, 1999; Cilt 1, Sayı 2: s. 33–43.
- Bilgin N, “Sosyal Bilimler Kavşağında Kimlik Sorunu”. 1.Baskı. İzmir: Ege
Yayınları; 1994. s.20–35.

- Branscombe N R, Wann D L, "Role of Identification With a Group". Arousal, Categorization, Processes and Self-esteem in Sport Spectator Aggression, Human Relations, 45, 10, 1013 -1033. 1992a.
- Cebeci D, "Manzum İfadelerin Savaşta ve Spordaki Gücü-II". Türk Yurdu Dergisi, 1995; Cilt No: 15. 96, s. 22–30. Ankara.
- Cheney G. "On The Various And Changing Meaning Of Organizational Membership: A Field Study Of Organizational Identification". Communication Monographs, 50, 342–362. 1983.
- Cheney G. Tompkins P K. "Coming to Terms with Organizational Identification and Commitment". Central States Speech Journal, 38:1, 1–15. 1987.
- Doğan İ. "Türk Futbolunda Potansiyel İstanbul Ruhu ve Şiddet". Düşünen Siyaset Dergisi, 1999 Mart, Yıl 1, Sayı: 2, s.73–85.
- Dutton J. Dukerich J. ve Harquail C V. "Organizational Images And Membership Commitment", Administrative Science Quarterly, 34, 239– 263. 1994.
- Erdoğan N, "Yaşasın Futbol- Galatasaray'ın Avrupa'yı Fethi". İstanbul: Birikim Yayınları; 1993.
- Erdoğan, İ. (1998). Araştırma Dizaynı ve İstatistik Yöntemleri, Emel Matbaası.
- Erkal M, Güven Ö, Ayan D, "Sosyolojik Açından Spor". 3. Baskı. İstanbul: Der Yayınları; s.147–179, 1998.
- Erkan D, "Futbol Fanatizminin Bazı Benlik Değişkenleri Yönünden İncelenmesi". Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı; 2003.
- Fişek K, "İç Barışın Bütün Şartları Mevcut". Hürriyet Gazetesi, 18 Kasım, 1997.
- Fişek K. "Devlet Politikası ve Toplumsal Yapıyla İlişkileri Açısından Spor Yönetimi". 2. Baskı. Ankara: 1998; Bağırhan Yapımevi.
- Galeano E, Çev: Önal E Necati K M. "Gölgede ve Güneşte Futbol". İstanbul: Can Yayınları; 1997.
- Genç D A, "Spor Hukuku". 1. Baskı, İstanbul: Alfa Basım; 1998.
- Gençlik Spor Genel Müdürlüğü "Türk Spor Tarihine Genel Bakış". Ankara: Spor Eğitim Daire Başkanlığı Yayınları; 1990.

- Giulianotti R, "Supporters, Followers, Fans, And Flaneurs, A Taxonomy Of Spectator Identities İn Footballi". Journal Of Sport & Social Issues, Volume 26, No. 1, 25–46, February, 2002.
- Gustave L B, Çev. S. Demirkan, "Kitleler Psikolojisi". s.153–154, İstanbul: Yağmur Yayınevi, 1991.
- Gutmann A, "Sport Spectators". 87, 1986. Columbia University Pres, New York.
- Gümüş A, "Holiganizm Anlaşılabilir mi?". Radikal Gazetesi, 02 Temmuz, 2000.
- Günay M, Tiryaki Ş, "Spor Taraftarı Özdeşleşme (STÖÖ) Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması". Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi, 2003: Cilt No: 14, Sayı:1.
- Günay, N., ve Tiryaki, Ş. (2003). Spor taraftarı özdeşleşme ölçeğinin (STÖÖ) geçerlik ve güvenilirlik çalışması. Spor Bilimleri Dergisi, 14(1), 14-26.
- Güven Ö. "Futbol Topu İle Oynamanın Bazı Kùltürlerdeki Benzer Görünümleri ve Tarihsel Gelişimine Ait Bilgiler". Düşünen Siyaset Dergisi, 1999 - Mart; Sayı:2.
- Hiçyılmaz E, Kızılet A, "Futbol". 2. Baskı, İstanbul: Morpa Kùltür Yayınları, Orhan Ofset, 1997.
- Hiçyılmaz E. "Çağdaş Yaklaşım Futbol". İstanbul: Doyuran Matbaası; 1975.
- Jacobson B, "The Social Psychology Of The Creation Of A Sports Fan Identity". A Theoretical Review Of The Literature, Athletic Insight The Online Journal Of Psychology, 5, 2- 2003; June.
- Jones I, "The Origin and Maintenance of Sports Fan Identification". A Response to Wann, Perceptual and Motor Skills, 1997. 85, .257–258.
- Jung, C. W. (2012). The Influence of professional sports team's corporate social responsibility (csr) on team image, team identification, and team loyalty. Dissertation, Florida: St. Thomas University.
- Kahraman Â. "Osmanlı Devleti'nde Spor". Ankara: T.C. Kùltür Bakanlığı Yayınları; Başvuru Kitapları Dizisi 27; 1995.
- Kayaoğlu A G, "Futbol Fanatizmi, Sosyal Kimlik ve Şiddet". Bir Futbol Takımının Taraftarlarıyla Yapılan Çalışma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı; 2000.
- Kıvanç H, Der: Soley Ş. "Futbol, Futbol... Niçin Hep Futbol". Spor Yıllığı, İstanbul: Yenilik Basımevi; 1965.

- Kocacık F, “Üniversite Gençliğinde Kimlik Bunalımı: Farklılaşma ve Özdeşleşme”. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyoloji Araştırmaları Dergisi: 2003 – Eylül; Sayı: 1, s. 10.
- Kremer G E, Ashforth B E. “Evidence Toward an Expanded Model of Organizational Identification”. Journal of Organizational Behavior, 25, 1. 2001.
- Kucur R, “Kimlik aşırılığıdır”. Aksiyon Dergisi, 1995: 2. 55: s. 23–32.
- Kuper S, “Futbol Asla Sadece Futbol Değildir”. Çev: Gürtunca S, Sabah Kitapları, Başkan Ofset, 1996, İstanbul.
- Mael F, Ashforth B. “Loyal from day one: Biodata organizational identification, and turnover among newcomers”. Personnel Psychology, 48, 309–333. 1995.
- Malhotra, N. K. (2004). Marketing Research: An Applied Orientation.(4th edn) Pearson Education. Inc: New Jersey, 35.
- Moralı S, Acar M F, “Futbol’da Şiddetin Toplumbilimsel Boyutları”. Futbol Bilim ve Teknoloji Dergisi, 1998, 5, 1, s.22 -26.
- Mutlu K, “Sporda Anarşi ve Şiddet”. Türk Alman Diyalogunda Spor Ahlakı ve Spor Felsefesine Yeni Yaklaşımlar, 1. Baskı. İstanbul: 1991.
- Odabaşı Y, “Tüketim Kültürü, Yetinen Toplumun Tüketen Topluma Dönüşmesi”. 1. Baskı. İstanbul: Sistem Yayıncılık; 1999. s. 57–77.
- Öcalan M, “Sporda Fanatizm”. Futbol Seyircileri Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Elazığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı; 2003.
- Özbaydar S, “İnsan Davranışının Sınırları ve Spor Psikolojisi”. 5. İstanbul: Altın Kitabevi; 1983. s. 211–212.
- Özküçük M. “Sevgili Futbol Sever”. T.F.F. Yayınları, 2, 1999, İstanbul.
- Polat, S., & Celep, C. (2008). Ortaöğretim öğretmenlerinin örgütsel adalet, örgütsel güven, örgütsel vatandaşlık davranışlarına ilişkin algıları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 54(54), 307-331.
- Polat, E., Sönmezoğlu, U., Yıldız, K., ve Çoknaz, D. (2019). Futbol taraftarlarının takım imajı, takım sadakati ve takımla özdeşleşme düzeylerinin belirlenmesi. *Uluslararası Spor Egzersiz ve Antrenman Bilimi Dergisi*, 5(3), 143-153.

- Pratt M G. “To be or not to be”: Central Question in Organizational Identification”. D.A. Whetten and P.C. Godfrey (Eds). Identity in Organizations: Building Theory Through Conversation, 171–208. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. 1998.
- Renkikurt T, “Kirli Futbol”. Akşam Gazetesi, 18.12.1999.
- SAVAŞ, B. Ç., KARATAŞ, E. Ö., & KARATAŞ, Ö. Futbol Taraftarlarının Spor Kulüplerine Güven Düzeylerinin İncelenmesi (Yeni Malatyaspor Örneği). *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 4(1), 23-45.
- Saney E, “Genel Sosyoloji Dersleri”. Ankara: G.Ü. Basın Yayın Y.O.Yayınları, 1985.
- Sekaran, U. (1992). Research Method for Business. New York: John Willey & Son.
- Sert M. “Gol Atan Galip”. Futbola Sosyolojik Bir Bakış. İstanbul: Bağlam Yayınları; 2000.
- Shamir B. “Calculations, values and Identities: The Sources of Collectivist Work Motivation”. Human Relations, 43, p. 313–332. 1990.
- Sloan LR, “The Function And Impact Of Sports For Fans”. Review Of Theory And Contemporary Research, In J.H.Goldstein,(Ed.), Sports, Games And Play: Social And Psychological Viewpoints, Hillsdale, Nj: 1979, Laurence Erlbaum Associates.
- Smith G J, Petterson B, Williams T, Hogg J, “A profile of The Deeply Committed Sports Fan”. Arena Review, 5, 26–44, 1981.
- Smith G J et. Al, “A Profile of The Deeply Committed Sports Fan”. Arena Review, 5, 26–65, 1981.
- Spor Sözlüğü Terimler ve Açıklamaları. 1. Baskı, İstanbul, Remzi Kitabevi; 1985. s. 7-57.
- Stemmler T, Çev: Akça N. “Futbolun Kısa Tarihi”.. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2000.
- Sutton W A, McDonald M A, “Milne G R, Creating And Fostering Fan Identification In Professional Sports”. Sport Marketing Quarterly, Volume. 6, No. 1, 22, 1997.

- Tajfel H, Turner J C. “The Social Identity Theory Of Intergroup Behavior”. In S.Worchel ve W.G. Austin (Eds.), *The Psychology of Intergroup Relations*, 2, 7–24, Chicago: Nelson Hall. 1985.
- Tajfel H. “Differentiation between Social Groups. Study In Social Psychology Of Intergroup Relations. London”. Academic Press. 1982 “Social Psychology of Intergroup Relations”, *Annual Review of Psychology*, 33, 1–39. 1978.
- Taşgın Ö, “Fenerbahçe Futbol Seyircisinin Sosyo-Ekonomik Profili”. Yüksek Lisans Tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, 2000.
- Tercüman Gazetesi Yayınları, İstanbul, Tercüman Spor Ansiklopedisi, ”Çağımızın Oyunu Futbol”. Cilt 1, 1981.
- Torlak, Ö., Özkara, B. Y., & Dogan, V. (2014). Taraftarların Takımlarla Özdeşleşme Düzeylerinin, Takımların Lisanslı Ürünlerine Yönelik Kalite Algısı ve Satın Alma Niyetine Etkisi/The Effect of Spectators' Level of Identification with Their Favorite Sports Teams on Their Perceived Quality and Purchase Intentions of Team-Licensed Products. *Ege Akademik Bakış*, 14(1), 73.
- Tokay Argan, M., Argan, M., ve Kurulgan, M. (2008). Kitaplara ilişkin biçimsel özelliklerin okuyucu tutumları üzerine etkisi. *Bilgi Dünyası*, 9(1), 179-206.
- Tompkins P K, Cheney G. “Communication and Unobtrusive Control in Contemporary Organizations”. R.D. McPhee ve P.K. Tompkins (eds). *Organizational Communication: Traditional Themes and New Directions*, Beverly Hills, CA: Sage, 179–210. 1985.
- Torlak, Ö., Özkara, B. Y., & Dogan, V. (2014). Taraftarların Takımlarla Özdeşleşme Düzeylerinin, Takımların Lisanslı Ürünlerine Yönelik Kalite Algısı ve Satın Alma Niyetine Etkisi/The Effect of Spectators' Level of Identification with Their Favorite Sports Teams on Their Perceived Quality and Purchase Intentions of Team-Licensed Products. *Ege Akademik Bakış*, 14(1), 73.
- Trifonas P P, Çev: Kömürcü D. “Umberto Eco ve Futbol”, İstanbul: Everest Yayınları; 2004.
- Tunçkol M, “Profesyonel Futbolcuların Futbolu Bırakma Yaşantılarını Algılamaları Üzerine Bir Araştırma”. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi

- Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı; 2007.
- Turgut M. “Fenerbahçe Spor kulübü Örgütlü Taraftarlarının Taraftarlık Anlayışları Üzerine Bir Araştırma”. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi; Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, 2006.
- Türkçe Sözlük. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi; 1988.
- Urartu Ü, “Futbol, Teknik, Taktik, Kondisyon”. 1.Baskı. İstanbul: İnkılâp yayınları; 1994. s. 29–32.
- Van Dick R, Wagner U, Stellmacher J. ve diğerleri, “The Utility Of A Broader Conceptualization Organizational Identification: Which Aspect Really Matter?”. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 77: 171-191. 2005.
- Voigt D, “Spor Sosyolojisi”, Çev. Atalay A, 5.Cilt. İstanbul: Alkım Yayınları; 1998.
- Wakefield K L, “The Pervasive Effects of Social Influence on Sporting Event Attendance”. Journal of Sport and social Issues, 19, s. 335–351, 1995.
- Wann D L, Branscombe N R, “Die-Hard And Fair-Weather Fans”. Effects Of Identification On Birging And Corfing Tendencies, Journal of Sport and Social Issues, 1990. 14, 103–117.
- Wann D L, Branscombe N R, “Influence Level of Identification With a Group and Physiological Arousal on Perceived Intergroup Complexity”. British Journal of Social Psychology, 34, s. 223–235, 1995a.
- Wann D L, Branscombe N R, “Influence of Identification With a Sports Team on Objective Knowledge and Subjective Beliefs”. International Journal of Sport Psychology, 26, s. 551–567, 1995b.
- Wann D L, Dolan T J, “Attributions of Highly Identified Sport Spectators”. The Journal of Social Psychology, 134, s. 783–792, 1994.
- Wann DL, Melnick MJ, “Sports Fans: Psychology And Social Impact Of Spectators”. 246, Roulledge, 2001; Newyork.
- Wann, D. L., & Branscombe, N. R. (1993). Sports fans: Measuring degree of identification with their team. International journal of sport psychology.

Warren H, “Oxford Türkiye Sözlüğü İngilizce-Türkçe”. İstanbul: Turhan Kitapevi; 1999.

Yüksel O, “Sporda Erdemlilik ve Cassandra Çaresizliği”. 1. Baskı, İzmir. İleri Kitapevi; 1994.



EKLER

ANKET FORMU

Sayın katılımcı, bu bölümde yer alan ifadeleri kulübünüze / takımınıza yönelik tutum ve davranışlarınızı genel olarak göz önünde bulundurarak değerlendiriniz. İfadeleri değerlendirirken, olması gereken durumu değil, algıladığınız / hissettiğiniz durumu dikkate almanız gerekmektedir. Aşağıdaki ifadelerden kendinize en yakın hissettiğiniz seçeneği işaretleyiniz.

Harun YILMAZ

Yüksek Lisans Öğrencisi

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER

1. Cinsiyetiniz. ☐ Kadın ☐ Erkek
2. Yaşınız. Lütfen belirtiniz: (yaş)
3. Medeni durumunuz. ☐ Bekâr ☐ Evli
4. Öğrenim Durumunuz. ☐ Lisans ☐ Yüksek Lisans ☐ Doktora
5. Takım Taraftarlığı. ☐ Beşiktaş ☐ Fenerbahçe ☐ Galatasaray
6. Maç Takip Etme Durumu. ☐ Her zaman ☐ Bazen ☐ Ara sıra
7. Takımının Lisanslı Ürünlerini Satın Alırım. ☐ Evet ☐ Hayır

<u>SPOR KULÜBÜNE GÜVEN ÖLÇEĞİ</u>	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Antrenörümüzün vizyonu yok.*	1	2	3	4	5
2. Takımın puan sıralaması kötü de olsa aynı antrenörle devam edilmesi gerektiğini düşünürüm.	1	2	3	4	5
3. Antrenörümüz; çok iyi özellikleri ve yetenekleri olan biridir.	1	2	3	4	5
4. Antrenörümüz kazanmak için her türlü çabayı sarfeder.	1	2	3	4	5
5. Antrenör değişmelidir.*	1	2	3	4	5
6. Antrenörün oynattığı oyuncuların doğru oyuncular olduğunu düşünürüm.	1	2	3	4	5
7. Antrenörümüzün oyuna müdahalesini beğenirim.	1	2	3	4	5
8. Bu takımın antrenörü işini dört dörtlük yapar.	1	2	3	4	5
9. Antrenörün taktik becerisi beni memnun eder.	1	2	3	4	5
10. Kulüp başkanımız taraftarların beklentilerini karşılar.	1	2	3	4	5
11. Kulüp başkanının dürüst olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5
12. Kulüp menfaatlerini kendi beklentilerinin üzerinde tutar.	1	2	3	4	5
13. Kulüp başkanının söylediklerine inanırım.	1	2	3	4	5
14. Başkanımız; çok iyi özellikleri ve yetenekleri olan biridir.	1	2	3	4	5
15. Başkanımızın kulübün hedeflerini gerçekleştireceğine inanırım.	1	2	3	4	5
16. Altyapıyı önemser.	1	2	3	4	5
17. Bu takımdaki sporcular gerçekten takımı önemserler.	1	2	3	4	5
18. Benim için skor değil oyuncuların mücadelesi önemlidir.	1	2	3	4	5
19. Sporcular kazanmak için her türlü çabayı sarf eder.	1	2	3	4	5
20. Takımın puan sıralaması kötü de olsa aynı sporcularla devam edilmesi gerektiğini düşünürüm.	1	2	3	4	5
21. Tuttuğum takımda oynayan sporcuların doğru sporcular olduğunu düşünürüm.	1	2	3	4	5
22. Tuttuğum takımın sporcularının teknik becerileri beni memnun eder.	1	2	3	4	5

SPOR TARAFTARI ÖZDEŞLEŞME ÖLÇEĞİ							
1. Tuttuğunuz takımın kazanması sizin için ne kadar önemlidir?							
Önemli Değil							Çok
Önemli							
1	2	3	4	5	6	7	8
2. Kendinizi tuttuğunuz takımın ne kadar güçlü bir taraftarı olarak görürsünüz?							
Taraftarı Değil							İyi
Taraftarı							
1	2	3	4	5	6	7	8
3. Arkadaşlarınız sizi tuttuğunuz takımın ne kadar güçlü bir taraftarı olarak görüyor?							
Taraftarı Değil							İyi Taraftarı
1	2	3	4	5	6	7	8
4. Sezon boyunca, tuttuğunuz takımı maça giderek ya da televizyondan, radyodan, televizyon haberlerinden ya da gazeteden herhangi biri aracılığıyla ne kadar yakından izlersiniz?							
Hiç							Hemen Hemen Her
gün							
1	2	3	4	5	6	7	8
5. Tuttuğunuz takımın taraftarı olmak sizin için ne kadar önemlidir?							
Önemli Değil							Çok Önemli
1	2	3	4	5	6	7	8
6. Tuttuğunuz takımın en büyük rakiplerinden ne kadar nefret edersiniz?							
Nefret Etmem							Çok Nefret Ederim
1	2	3	4	5	6	7	8
7. Tuttuğunuz takımın adını ya da armasını iş yerinizde, yaşadığınız yerde ya da kıyafetlerinizde ne sıklıkta gösterirsiniz?							
Hiç							Her
Zaman							
1	2	3	4	5	6	7	8

TAKIM SADAKATI ÖLÇEĞİ	Hiç katılmıyorum - Kesinlikle Katılıyorum						
1. Genellikle iç saha maçlarını izlerim.	1	2	3	4	5	6	7
2. Maçlarını televizyondan izlerim.	1	2	3	4	5	6	7
3. Serbest zamanlarımın çoğunu maç izleyerek geçiririm.	1	2	3	4	5	6	7
4. Bu takımın ürünlerini satın alırım.	1	2	3	4	5	6	7
5. Biletim olursa stadyuma giderim.	1	2	3	4	5	6	7
6. Bu takım hakkında farklı medya kuruluşlarından bilgi edinirim.	1	2	3	4	5	6	7
7. Bu takım ligdeki en iyi takımdır.	1	2	3	4	5	6	7
8. Takımla ilgili haberleri devamlı takip ederim.	1	2	3	4	5	6	7
9. Bu takımın kombine biletini almaya hevesliyimdir.	1	2	3	4	5	6	7

