

**T.C.**  
**BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**  
**SPOR YÖNETİCİLİĞİ ANABİLİM DALI**



**KADINLARIN TARAFTARLIK DÜZEYİ VE SPORU**  
**SEYRETME GÜDÜLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN**  
**İNCELENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**MERVE AKKOÇ**

**TEZ DANIŞMANI**

**Doç. Dr. Hanifi Üzüm**

**BOLU, OCAK – 2022**

## KABUL VE ONAY SAYFASI

**Merve AKKOÇ** tarafından hazırlanan “**KADINLARIN TARAFTARLIK DÜZEYİ VE SPORU SEYRETME GÜDÜLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**” adlı tez çalışması jürimiz tarafından Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.

31/01/2022

### Jüri Üyeleri

### İmza

Danışman

Doç. Dr. Hanifi ÜZÜM

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Üye (Jüri Başkanı)

Prof. Dr. Hasan Birol YALÇIN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Üye

Doç. Dr. Ercan POLAT

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi

.....

### Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

**Prof. Dr. İbrahim KÜRTÜL**

**Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü**

## ETİK BEYAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunubildirir,

aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Teze ilişkin 11/02/2022 tarihinde Turnitin aslı intihal tespit programında enstitü müdürlüğünce belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan benzerlik raporuna göre, tezin benzerlik oranı %18 olarak tespit edilmiştir.

Bu çalışma için 2020/231 Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulundan (Protokol No:2020/231) kurulun 06.11.2020 tarih ve 2020/10 sayısı ile etik izin alınmıştır.

.....

**MERVE AKKOÇ**

## ÖZET

**KADINLARIN TARAFTARLIK DÜZEYİ VE SPORU SEYRETME  
GÜDÜLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ  
YÜKSEK LİSANS TEZİ  
MERVE AKKOÇ  
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
SPOR YÖNETİCİLİĞİ ANABİLİM DALI  
(TEZ DANIŞMANI: DOÇ. DR. HANİFİ ÜZÜM)  
BOLU, OCAK – 2022  
XII+112**

Bu araştırma, kadın taraftarların destekledikleri takım ile özdeşleşme düzeyinin belirlenmesi ve seyirci olarak onları müsabakaları izlemeye güdüleyen içsel ve dışsal güdü faktörlerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Çalışmada nitel ve nicel araştırma modeli birlikte kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma evreni Batı Karadeniz ve Marmara bölgesinde bulunan kadın taraftarlardan, örnekleme ise; rastgele örnekleme yöntemi ile seçilen 542 katılımcıdan oluşmuştur. Çalışmada veri toplama aracı olarak; Wann ve Branscombe (1993) tarafından geliştirilen ve Günay ve Tiryaki (2003) tarafından Türkçeye uyarlanan tek boyutlu, 7 soru dan oluşan ve güvenirlik katsayısı 0.96 olan “Spor taraftarı özdeşleşme ölçeği” kullanılmıştır. Spor seyretme güdülerini ölçmek için ise, Polat ve Yalçın (2020) tarafından geliştirilen 16 alt boyut ve 45 sorudan oluşan ve güvenirlik katsayısı 0,93 ile 0,96 arasında değişen “Spor seyircileri dışsal ve içsel güdü ölçeği” kullanılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde, Parametrik Hipotez testlerinden Pearson Korelasyon analizi, t-testi, ANOVA ve MANOVA kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre; kadın taraftarların sporu seyretme güdülerini ve özdeşleşme düzeyleri ile yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, mesleği, spor yapma sıklığı, sporu seyretme sıklığı, takip ettikleri branş, tv yayın abonelikleri, sahip oldukları çocuk sayısı, taraftarı oldukları takım ve satın alma davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

**ANAHTAR KELİMELELER:** Kadın, Taraftar, Güdü, Özdeşleşme

## **ABSTRACTS**

### **EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN WOMEN'S LEVEL FANCY AND THE MOMENTS TO WATCH SPORTS**

**MASTER THESIS**

**MERVE AKKOC**

**BOLU ABANT IZZET BAYSAL UNIVERSITY**

**INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES**

**DEPARTMENT OF SPORTS MANAGEMENT**

**(SUPERVISOR: ASSOC. PROF. DR. HANIFI UZUM)**

**BOLU, JAN – 2022**

**XII+112**

This research was carried out in order to determine the level of identification of female fans with the team they support in the social framework of sports and to examine the intrinsic and extrinsic motivation factors that motivate them as spectators to watch the competitions. In the study qualitative and quantitative research model used together. The study population of the research consisted of female supporters in the West Black Sea and Marmara region. The sample group is; It consisted of a total of 542 participants selected by the random sampling method. As a data collection tool in the study; In order to measure the commitment of the fans to their teams, the "Sports Supporter Recognition Scale" was developed by Wann and Branscombe (1993) and the validity and reliability study was carried out in Turkish by Günay and Tiryaki (2003). A Cronbach alpha internal A consistent coefficient of 0.96, consisting of 7 questions, was used. To measure their motivation to watch sports, Developed by Polat and Yalçın (2020), a scale of 45 questions with Cronbach's alpha internal consistency coefficient of 0.93 to 0.96, "Extrinsic motivation scale for sports spectators (9 sub-dimension) and intrinsic motivation scale for sports spectators (7 sub-dimensions)" was used. Since the collected data showed normal distribution, Pearson Correlation analysis, t-test, ANOVA and MANOVA were used in statistical analyzes from Parametric Hypothesis tests. As a result of the findings obtained; There was a statistically significant difference between the motivations and identification levels of female fans to watch sports, and age, marital status, education level, occupation, frequency of doing sports, frequency of watching sports, the branch they follow, their TV subscriptions, the number of children they have, the team they support, and their purchasing behavior significant differences were found.

**KEYWORDS:** Woman, Fan, Motive, Identification

# İÇİNDEKİLER

|                                                                 | <u>Sayfa</u> |
|-----------------------------------------------------------------|--------------|
| KABUL VE ONAY SAYFASI .....                                     | III          |
| ETİK BEYAN .....                                                | IV           |
| ÖZET .....                                                      | V            |
| ABSTRACTS .....                                                 | VI           |
| İÇİNDEKİLER .....                                               | VII          |
| TABLO LİSTESİ .....                                             | X            |
| KISALTMALAR VE SEMBOLLER .....                                  | XII          |
| TEŞEKKÜR .....                                                  | XIII         |
| GİRİŞ .....                                                     | 1            |
| BİRİNCİ BÖLÜM .....                                             | 9            |
| 1. LİTERATÜR TARAMASI .....                                     | 9            |
| 1.1 Gudu-Güdülenme Kavramı .....                                | 9            |
| 1.2 İhtiyaç-Dürtü-Gudu-Davranış Döngüsü .....                   | 11           |
| 1.3 İçsel ve Dışsal Gudu .....                                  | 13           |
| 1.4 Spor Kavramı .....                                          | 14           |
| 1.5 Tüketim, Spor Tüketicisi Ve Spor Taraftarı Kavramları ..... | 16           |
| 1.5.1 Tüketim .....                                             | 16           |
| 1.5.2 Spor Tüketimi .....                                       | 16           |
| 1.5.3 Tüketici .....                                            | 17           |
| 1.5.4 Spor Tüketicisi .....                                     | 17           |
| 1.5.5 Spor Endüstrisi .....                                     | 18           |
| 1.5.6 Taraftar Kavramı .....                                    | 18           |
| 1.5.7 Taraftar Tipleri .....                                    | 21           |
| 1.6 Spor Tüketicisi Davranışı Ve Gudu .....                     | 21           |
| 1.7 Sporda İçsel Ve Dışsal Gudu .....                           | 24           |
| 1.7.1 İçsel Güdülenme .....                                     | 24           |
| 1.7.2 Dışsal Güdülenme .....                                    | 25           |
| 1.7.3 Agüdülenme .....                                          | 27           |
| 1.8 Sporda Özdeşleşme .....                                     | 27           |
| 1.8.1 Spor Kulüplerinde Taraftar Ve Özdeşleşme .....            | 29           |
| 1.9 Kadın Ve Spor .....                                         | 30           |

|                                                                                                                                                         |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1.9.1 Kadın. ....                                                                                                                                       | 31        |
| 1.9.2 Kadınların Spora Katılımı .....                                                                                                                   | 32        |
| 1.9.3 Feminin Ve Maskülen Kalıp Yargıları .....                                                                                                         | 33        |
| 1.9.4 Ülkemizde Kadınların Spordaki Konumu.....                                                                                                         | 34        |
| 1.9.5 Kadınlar İçin Spor Katılımının Faydaları.....                                                                                                     | 35        |
| 1.10 Spor Taraftarı Olarak Kadın.....                                                                                                                   | 36        |
| 1.11 Konu İle İlgili Yurt İçinde Ve Dışında Yapılan Bilimsel Çalışmalar;.....                                                                           | 37        |
| 1.12 Spor Taraftarları Üzerinde Yapılan Yurt İçi Ve Yurt Dışı Bilimsel Çalışmalar.....                                                                  | 40        |
| 1.13 Kadın Taraftarlar Üzerine Yapılan Araştırmalar.....                                                                                                | 41        |
| <b>İKİNCİ BÖLÜM .....</b>                                                                                                                               | <b>47</b> |
| <b>2.YÖNTEM.....</b>                                                                                                                                    | <b>47</b> |
| 2.1 Araştırma Modeli.....                                                                                                                               | 47        |
| 2.2 Araştırmanın Evren Ve Örneklemi.....                                                                                                                | 47        |
| 2.3 Veri Toplama Aracı.....                                                                                                                             | 47        |
| 2.4 Verilerin Toplanması.....                                                                                                                           | 49        |
| 2.5 Verilerin Çözümlemesi.....                                                                                                                          | 49        |
| <b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM .....</b>                                                                                                                               | <b>51</b> |
| <b>3.BULGULAR .....</b>                                                                                                                                 | <b>51</b> |
| <b>BÖLÜM IV .....</b>                                                                                                                                   | <b>82</b> |
| <b>4.TARTIŞMA VE YORUM .....</b>                                                                                                                        | <b>82</b> |
| 4.1 Alt problem: Kadın taraftarların özdeşleşme düzeyi ile içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında ilişki var mıdır? .....                          | 82        |
| 4.2 Alt problem: Kadın taraftarların yaşı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır? .....               | 82        |
| 4.3 Alt problem: Kadın taraftarların medeni durumu ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı? .....      | 84        |
| 4.4 Alt problem: Kadın taraftarların çocuk sayısı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki var mı?.....           | 85        |
| 4.5 Alt problem: Kadın taraftarların Tv yayın aboneliği ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı? ..... | 85        |
| 4.6 Alt problem: Kadın taraftarların eğitim düzeyi ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı? .....      | 87        |

|                                                                                                                                                                           |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.7 Alt problem: Kadın taraftarların mesleği ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?.....                               | 88         |
| 4.8 Alt problem: Kadın taraftarların spor yapma sıklığı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı? .....                   | 89         |
| 4.9 Alt problem: Kadın taraftarların sporu seyretme sıklığı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı? .....               | 90         |
| 4.10 Alt problem: Kadın taraftarların takip ettikleri branş ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı? .....               | 91         |
| 4.11 Alt problem: Kadın taraftarların tuttukları takım ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık var mı? .....          | 92         |
| 4.12 Alt problem: Kadın taraftarların ürün satın alma davranışı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık var mı? ..... | 93         |
| 4.13 Alt problem: Kadınların Özdeşleşme Düzeyi İle Spor Seyretme İçsel Ve Dışsal Güdü Düzeyleri Arasında İlişki Var Mı? .....                                             | 94         |
| 4.14 Alt problem: Kadın taraftarların tuttukları takımı seyretelemelerine engel olan sebepler nelerdir? .....                                                             | 95         |
| <b>BÖLÜM V .....</b>                                                                                                                                                      | <b>97</b>  |
| <b>5.SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>                                                                                                                                           | <b>97</b>  |
| 5.1 Alana Yönelik Öneriler .....                                                                                                                                          | 99         |
| 5.2 Araştırmacılara Yönelik Öneriler.....                                                                                                                                 | 99         |
| <b>KAYNAKLAR.....</b>                                                                                                                                                     | <b>100</b> |
| <b>EKLER.....</b>                                                                                                                                                         | <b>108</b> |

## TABLO LİSTESİ

### Sayfa

|                                                                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tablo 1. Verilerin Normallik Analiz Dağılımı.....                                                                          | 49 |
| Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler- Yüzde ve Frekans Dağılımları.....                                                      | 51 |
| Tablo 3. Kadın Taraftarların Özdeşleşme Düzeyi İle İçsel Ve Dışsal Gündü Arasındaki İlişki .....                           | 52 |
| Tablo 4. Kadın Taraftarların Yaşı İle Dışsal Gündü Alt Boyutları Arasındaki İlişki .....                                   | 53 |
| Tablo 5. Kadın Taraftarların Yaşı İle İçsel Gündü Alt Boyutları Arasındaki İlişki .....                                    | 53 |
| Tablo 6. Kadın Taraftarların Yaşı İle Özdeşleşme Düzeyi Arasındaki İlişki .....                                            | 54 |
| Tablo 7. Kadın Taraftarların Medeni Durumu İle Dışsal Gündü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....                          | 54 |
| Tablo 8. Kadın Taraftarların Medeni Durumu İle İçsel Gündü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....                           | 55 |
| Tablo 9. Kadın Taraftarların Medeni Durumu İle Özdeşleşme Düzeyine İlişkin Farklar .....                                   | 56 |
| Tablo 10. Kadın Taraftarların Sahip Olduğu Çocuk Sayısı İle Dışsal Gündü Alt Boyutları Arasındaki İlişki .....             | 56 |
| Tablo 11. Kadın Taraftarların Sahip Olduğu Çocuk Sayısı İle İçsel Gündü Alt Boyutları Arasındaki İlişki .....              | 57 |
| Tablo 12. Kadın Taraftarların Sahip Olduğu Çocuk Sayısı İle Özdeşleşme Düzeyi Arasındaki İlişki .....                      | 57 |
| Tablo 13. Kadın Taraftarların Televizyon Programlarına Abonelikleri ile Dışsal Gündü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar ..... | 58 |
| Tablo 14. Kadın Taraftarların Televizyon Programlarına Abonelikleri ile İçsel Gündü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....  | 59 |
| Tablo 15. Kadın Taraftarların Televizyon Programlarına Abonelikleri ile Özdeşleşme Düzeyine İlişkin Farklar .....          | 60 |
| Tablo 16. Kadın Taraftarların Eğitim Düzeyi İle Dışsal Gündü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....                         | 60 |
| Tablo 17. Kadın Taraftarların Eğitim Düzeyi İle İçsel Gündü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....                          | 61 |
| Tablo 18. Kadın Taraftarların Eğitim Düzeyi ile Özdeşleşme Düzeyine İlişkin Farklar .....                                  | 62 |
| Tablo 19. Kadın Taraftarların Mesleği İle Dışsal Gündü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....                               | 63 |
| Tablo 20. Kadın Taraftarların Mesleği İle İçsel Gündü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....                                | 64 |
| Tablo 21. Kadın Taraftarların Mesleği İle Özdeşleşme Düzeyine İlişkin Farklar .....                                        | 65 |
| Tablo 22. Kadın Taraftarların Spor Yapma Sıklığı İle Dışsal Gündü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....                    | 65 |

|                                                                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tablo 23. Kadın Taraftarların Spor Yapma Sıklığı İle İçsel Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....                | 66 |
| Tablo 24. Kadın Taraftarların Spor Yapma Sıklığı İle zdeşleşme Düzeyine İlişkin Farklar .....                       | 67 |
| Tablo 25. Kadın Taraftarların Spor Seyretme Sıklığı İle Dışsal Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....            | 68 |
| Tablo 26. Kadın Taraftarların Spor Seyretme Sıklığı İle İçsel Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....             | 69 |
| Tablo 27. Kadın Taraftarların Spor Seyretme Sıklığı İle zdeşleşme Düzeyine İlişkin Farklar .....                    | 70 |
| Tablo 28. Kadın Taraftarların Takip Ettikleri Branş İle Dışsal Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....            | 70 |
| Tablo 29. Kadın Taraftarların Takip Ettikleri Branş İle İçsel Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....             | 71 |
| Tablo 30. Kadın Taraftarların Takip Ettikleri Branş İle zdeşleşme Düzeylerine İlişkin Farklar .....                 | 72 |
| Tablo 31. Kadın Taraftarların Taraftarı Oldukları Takım İle Dışsal Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....        | 73 |
| Tablo 32. Kadın Taraftarların Taraftarı Oldukları Takım İle İçsel Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....         | 74 |
| Tablo 33. Kadın Taraftarların Taraftarı Oldukları Takım İle zdeşleşme Düzeylerine İlişkin Farklar.....              | 76 |
| Tablo 34. Kadın Taraftarların Satın Alma Davranışı İle Dışsal Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....             | 76 |
| Tablo 35. Kadın Taraftarların Satın Alma Davranışı İle İçsel Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar .....              | 78 |
| Tablo 36. Kadın Taraftarların Satın Alma Davranışı İle zdeşleşme Düzeylerine İlişkin Farklar .....                  | 79 |
| Tablo 37. Kadın Taraftarların Tuttukları Takım İle zdeşleşme, Spor Seyretme İçsel Ve Dışsal Motivasyon Düzeyi ..... | 79 |
| Tablo 38. Kadınların zdeşleşme Düzeyi İle Spor Seyretme İçsel Ve Dışsal Güdü Düzeyleri Arasındaki İlişki .....      | 80 |
| Tablo 39. Kadın taraftarların tuttukları takımı seyretmelerine engel olan sebepler .....                             | 80 |

## KISALTMALAR VE SEMBOLLER

|               |                                                                      |
|---------------|----------------------------------------------------------------------|
| <b>ANOVA</b>  | : Analysis of Varyans (varyans analizi)                              |
| <b>ark.</b>   | : Arkadaşları                                                        |
| <b>BTGM</b>   | : Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü                                    |
| <b>f</b>      | : Frekans                                                            |
| <b>M.Ö</b>    | : Milattan Önce                                                      |
| <b>MANOVA</b> | : Multivariate Analysis of Variance (çok değişkenli varyans analizi) |
| <b>n</b>      | : Katılımcı Sayısı                                                   |
| <b>p</b>      | : Anlamlılık                                                         |
| <b>r</b>      | : Korelasyon                                                         |
| <b>s.</b>     | : Sayfa                                                              |
| <b>SFMS</b>   | : Sport Fan Motivation                                               |
| <b>Ss</b>     | : Standart Sapma                                                     |
| <b>SSIDGÖ</b> | : Spor Seyircileri İçin Dışsal GÜdü Ölçeği                           |
| <b>SSIIGÖ</b> | : Spor Seyircileri İçin İçsel GÜdü Ölçeği                            |
| <b>STÖÖ</b>   | : Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği                                |
| <b>t</b>      | : İlişki                                                             |
| <b>TBMM</b>   | : Türkiye Büyük Millet Meclisi                                       |
| <b>TC</b>     | : Türkiye Cumhuriyeti                                                |
| <b>TDK</b>    | : Türk Dil Kurumu                                                    |
| <b>TSK</b>    | : Türk Spor Kulübü                                                   |
| <b>v.b.</b>   | : Ve benzeri                                                         |
| <b>v.d.</b>   | : Ve diğerleri                                                       |
| <b>vs.</b>    | : Ve saire                                                           |
| $\bar{x}$     | : Ortalama                                                           |
| $\alpha$      | : Alpha değeri                                                       |
| <b>%</b>      | : Yüzde                                                              |
| <b>&amp;</b>  | : Ve                                                                 |

## TEŞEKKÜR

Hazırlamış olduğum bu tez çalışmasını üretme sürecinde büyük emeği olan, benden zaman ve bilgisini esirgemeyen, değerli fikirleriyle yol gösterici olan, ayrıca araştırmacı içgüdülerimi geliştirmemde yardımcı olan değerli danışmanım Doç. Dr. Hanifi ÜZÜM'e, yüksek lisans dönemi boyunca derslerdeki eğitmenliği ve yol göstericiliği için Prof. Dr. Dilşad ÇOKNAZ'a, kendimi geliştirmem için iyi bir idol olan ve her defasında ufkumu geliştirmemi sağlayan sayın hocam Prof. Dr. Hasan Birol YALÇIN'a, farklı yaklaşım tarzıyla her defasında beni şaşırtan ama bakış açımı geliştirmemi sağlayan Prof. Dr. Ali AYCAN'a, yaptığı her işte en iyi olmayı hedefleyen ve en iyi olmak için çalışmayı öğreten sevgili hocam Dr. Öğr. Üyesi. Devrim BULUT'a, çalışmaya olan katkılarından dolayı Doç. Dr. Ercan POLAT'a ve yükek lisans yapmaya karar vermemde bana yol gösterip, bilgilendiren Arş. Gör. Dr. Nuh Osman YILDIZ'a, Arş. Gör. Ahmet Özsoy hocalarıma tüm emekleri için teşekkürü bir borç bilirim.

Bu yaşı gelmemde büyük emeği olan, yıllarca tek başına çalışarak maddi ve manavi olarak benden desteğini esirgemeyen, bana her zaman kol kanat geren, doğru veya yanlış tüm kararlarıma saygı duyan ve destekleyen canım annem Hava AKKOÇ başta olmak üzere, varlığına şükrettiğim evimizin direği canım babam Recep AKKOÇ, çocukluğumdan beri hem kışkandığım hem de kimseyle paylaşamadığım ablalarım Serpil KOROL ve Canan AKKOÇ, evimizin tek oğlu göz bebeğimiz, her zaman yaslanacağımız omuz olan canım abim Selçuk AKKOÇ'a destekleri için çok teşekkür ederim.

Ayrıca tüm eğitim hayatım boyunca olduğu gibi tez çalışmamın her aşamısında da yanımda olan, pes etmek üzereyken “hadi” diyerek elini uzatan, hayat arkadaşım, sevgili eşim Emre YILMAZ'a çok teşekkür ederim.

Son olarak literatüre katkıda bulunmak ve bu alandaki çalışmaları çoğaltmak amacıyla gerçekleştirdiğimiz tezin anket uygulamasına destek sağlayan tüm kadın katılımcılara teşekkürü bir borç bilirim.

## GİRİŞ

İnsanlar yaşantılarını sürdürürken birçok farklı davranış sergilerler. Örneğin; acıkan bir insanın karnını doyurması, canı sıkılan birinin müzik dinlemesi veya aşık olan birinin aşkını ilan etmesi gibi. İnsanların ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bu davranışlarının temel nedeni güdülerdir. Psikolog Çetin'e (2012) göre, güdü; bireyde meydana gelen bir davranışın ortaya çıkmasını, belirli bir yönde ilerlemesini ve devamlılığını sürdürmesini sağlayan güçtür. Başka bir ifade ile güdü, bireyi harekete teşvik eden ve davranışı oluşturmaya iten güçtür. Bireyi takip etme, satın alma ve vazgeçme gibi davranışlara iten temel dürtü güdülerdir.

Spor tüketicisi davranışları açısından önemli bir kavram olan güdülenme, bireylerin spor ile ilgili herhangi bir davranışta bulunması için teşvik eden itici bir güç veya tüm bu süreç olarak ifade edilir (Üzüm ve arkadaşları, 2017). Spor tüketicilerin sporla ilgili ürünleri ve hizmetleri satın alırken nasıl ve ne düzeyde güdülendiklerini anlamak pazarlama açısından oldukça önemlidir (Smith, 2012).

Spor tüketicileri, bir spor ürününü veya hizmetini satın alan, kullanan veya seyreden bireylere denir (Smith, 2012). Spor tüketicilerinin bir spor müsabakasını neden seyrettiklerini öğrenmek amacıyla uluslararası boyutta yapılan çalışmada; Neden seyrederiz? sorusuna cevap olarak başarı, beceri, aile, bağlılık, eğlence, bilgi, drama, heyecan, kültür, estetik ve sosyal ilişki gibi boyutlardan oluşan tüketim güdülerinin açıklayıcı olduğu söylenmiştir (Yalçın ve Polat, 2020).

Neden seyrederiniz? sorusuna yeni cevaplar aramak için spor tüketicilerinin güdülerine yönelik yapılacak yeni çalışmalar; tutundurma faaliyetleri, alınacak önlemler ve sporun seyredilme oranındaki artış bakımından oldukça önemli görülmektedir.

Genel olarak bakıldığında sporun seyredilme oranının, Türkiye'de oldukça düşük olduğunu spor makalelerinde veya spor haberlerinde duyabiliriz. Yalçın ve Polat (2020), çalışmalarında ülke geneline, 15 ve daha yukarı yaştaki nüfusun sadece %4,5'in seyirci olarak spor faaliyetlerine katıldığını, katılan bu %4,5'lik seyircinin ise sporcu ya da taraftarı olduğu takımı desteklemeye gelmiş bireyler olduğunu vurgulamışlardır.

Spor dünyasında spor kulüplerinin kalkınmasını sağlayan en önemli faktörlerden birtanesi taraftardır. Taraftar kendisini desteklediği takıma bağlı hisseden, o takımın ya da kulübün ürün ve hizmetlerini satın alan ayrıca takıma ait

renk ve logoları günlük yaşamında kullanan bireylerdir (Kazançoğlu ve Baybars, 2016). Ayrıca taraftarlar, hiçbir maddi çıkar gözetmeksizin tuttıkları takımı destekleyen, o takıma ait ürünlerini satın alma davranışı gösteren aynı zamanda dolaylı yoldan da olsa reklam sponsorluğunu yapmaktadırlar.

Spor seyircisi ve taraftarlarıyla ilgili yapılan çalışmalar genellikle; taraftar ve seyircilerin demografik özellikleri, ilgileri, takımla özdeşleşmeleri, saldırganlıkları, rakip takım ve taraftarları değerlendirmeleri, takımla ilgili bilgileri, kaygıları, taraftar olma nedenleri ve motivasyonları üzerine yoğunlaşmaktadır (Günay ve Tiryaki, 2003)

Taraftarlar, genel anlamda taraftarı oldukları takım ile özdeş kişilerdir. Taraftarlar için destekçisi oldukları takım artık “o takım” değil “bizim takım” olgusunu taşımaktadır. Destekledikleri, takımın renklerini, formalarını, sporcularını, sponsorlarını hatta yöneticilerini dahi kabul edip kendilerini tüm bu parçalar ile bir ailenin içerisinde hissederler. Takım bir maçı kazandığında piyango çıkmış gibi sevinirken maçı kaybettiklerinde ise evi yıkılmış gibi üzülebilecek kadar bağlıdırlar.

Taraftarlık tutumu karşısında cinsiyet farklılığına bakıldığında ise erkeklerin taraftar bağlılığı ile kadınların taraftar bağlılığı arasında açık ara bir farkın varlığından söz edilebilir.

Türkiye’den bahsedecek olursak, Cumhuriyetin ilanının ardından günümüze kadar, kadınların her sektörde olduğu gibi spor sektöründe de kendilerini geliştirdiklerini, gerek sporcu gerek seyirci olarak varlıklarını ortaya koyduklarını söyleyebiliriz. Toplumun erkek sporu olarak nitelendirdiği neredeyse tüm sporları günümüzde kadınlarda yapmaktadır. Erkek egemen bir spor olan futbol branşında, kendilerini tanıtmış olan başarılı kadın futbol takımları bulunmaktadır.

Son on yılda daha çok dikkat çeken kadın sporunun artışı ile birlikte kadınların sporu seyretme oranı da artmış. Yalnızca seyretmek değil maç için tribüne giden, takımını desteklemek adına taraftar gruplarına katılan, takımlarına ait beste ezberleyen ve takımına destek olmak için kıyafet, ayakkabı, hatıralık gibi maddi destek sağlayacak ürünler satın alan taraftar imajı olarak erkekler kadar fazla olmasa da kadınlarda ön plana çıkmaktadır. Türkiye’de olduğu gibi diğer ülkelerde de taraftar kelimesi ele alındığında, genel anlamda erkek taraftarların ön plana çıktığı görülmektedir.

Çalışmanın anket uygulaması kısmında ele alınan demografik özellikleri seçerken;

- Hangi yaş grubunun taraftarlık düzeyinin daha fazla olduğunu öğrenmek,
- Medeni durumu evli veya bekar olan kadın taraftarlar arasında fark olup olmadığını öğrenmek,
- Eğitim düzeylerindeki değişikliğin taraftarlık düzeyine etkisi olup olmadığını öğrenmek,
- Çocuğu olan veya sahip olduğu çocuk sayısı fazla olan kadın taraftarların taraftarlık düzeylerini öğrenmek,
- Çalışan ve çalışmayan kadın taraftar arasında özdeşleşme düzeyleri açısından fark olup olmadığını öğrenmek amaçlanmıştır.

Gantz ve Wenner (1991), kadın ve erkeklerin spora karşı olan tutumlarının farklılığını vurgulamıştır. Bu durumla ilişkili olarak erkeklerin kadınlara göre daha fazla spor olaylarını takip ettiklerini ifade etmiştir. Gantz ve Wenner'in bulgularından çıkarımda bulunarak, kadınların spor yapmaları ve spor taraftarı olmaları son yıllarda her ne kadar artış göstermiş olsa da erkek egemen bir toplumda belirlenmiş cinsiyet kalıplarını kırmak oldukça zordur. Kadınların erkeklere oranla fizyolojik ve anatomik olarak dezavantajlı olduğunu savunan bir yargı ile başa çıkmak zorunda kaldığı durumlar hala karşımıza çıkmaktadır.

Koca ve Sarıkulak, (2019) yaptıkları çalışmada Türkiye'de kadın taraftarlarla gerçekleştirilen araştırmaların sınırlı sayıda olduğunu belirtmişlerdir. Yine Nuhrat (2017)'deki çalışmasında, Türk futbolunda ki adalet kavramının cinsiyetlendirilmiş olduğunu ve evrenselleşmiş olan normlara göre farklılaştığını ortaya koymuştur. Beşiktaş Spor Kulübü kadın taraftarları üzerinde yapılan bu çalışmada; Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasının ardından meydana gelen sosyal, kültürel ve politik değişiklikler ile taraftar grubunun ilişkilendirilmesi incelenmiştir. Kadınların hangi değişkenlerden etkilenecek bir takımın taraftarı olmaya karar verdiklerini ve eğer taraftarlık durumları belirli bir süre sonra sona eriyor ise bu durumun olası nedenleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak, hem fizyolojik hem de psikolojik farklılıklar açısından kadınların kırılgan, küfürden ve soğuktan sürekli şikayet eden bir yapıya sahip olduğu kabul edilerek bu durumun taraftarlığı da çok etkilediğini ve bu çevreye karşı koyan kadınların ise delikanlı

olarak kabul edildiğini vurgulamış ve taraftarlık içerisinde bu delikanlı kadınların kabul gördüğünü belirtmiştir.

### ***Araştırmanın Problem Cümlesi***

Ülkemizde Cumhuriyetin ilanından itibaren kadın hakları her alanı kapsayan temel bir yapı oluşturmuştur. Özellikle, 1926 yılında Türk Medeni Kanunu'nun kabul edilmesi kadınlara tanınan hakları ön plana çıkartmış, erkek egemen bir toplum anlayışına sahip olan yapı eşitlik kavramıyla değiştirmeye çalışılmıştır. Günümüz de birçok konuda erkek ve kadının eşit olduğunu, erkeklerin yapabildiği neredeyse her işi kadınların da yapabileceği yadsınamaz bir gerçektir. Fakat ülkemizde sportif anlamda kadınların erkeklere oranla gerek sahalarda gerek tribünlerde daha az yer aldığı görülmektedir (Yüksel, 2014). Bu durum kadınların spor yapma ve sporu seyretme oranlarına da yansımaktadır.

Günümüzde spor, medyanın ekonominin ve istemesek de siyasetin ilgi odağı olmuştur. Bu ilginin artmasıyla her geçen gün spora katılım oranları da artmaktadır. Spora katılım oranlarına bakıldığında son yirmi yılda kadınların spora katılımında artış yaşanmış fakat bu artış erkeklerin spora katılımı ile arasındaki farkı kapatamamıştır. Bu sorun spora katılımında olduğu kadar sporu seyretme düzeylerinde de yaşanmaktadır. Kadınların spor taraftarı olarak sahada ve tribünlerdeki eksikliğin nedenlerinin belirlenmesi, kadın taraftarların tuttukları takım ile özdeşleşme düzeylerinin ve sporu seyretme güdülerinin arasında ilişki olup olmadığının tespit edilmesi bu araştırmanın problemini oluşturmuştur.

### ***Araştırmanın Amacı***

Araştırma, sporun toplumsal çerçevesinde kadın taraftarların taraftarı oldukları takım ile özdeşleşme düzeyinin belirlenmesi, ayrıca seyirci olarak müsabakaları izlemeye güdüleyen dışsal güdü faktörleri (sosyal paylaşım, popülerite, aile bağları, medya etkisi, etik değerler, bahis imkanları, oyun bilgisi, kültürel gelişim, estetik değerler) ile içsel güdü faktörlerinin (milli duygular, spor tutkusu, rekabet duygusu, taraftarlık, yerel bağlılık, beceri düzeyi, rahatlama) etkileşimini demografik değişkenler kapsamında incelemek amacıyla yapılmıştır.

### *Alt problemler*

- Kadın taraftarların özdeşleşme düzeyi ile içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki var mı?
- Kadın taraftarların yaşı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki var mı?
- Kadın taraftarların medeni durumu ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?
- Kadın taraftarların çocuk sayısı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki var mı?
- Kadın taraftarların Tv yayın aboneliği ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?
- Kadın taraftarların eğitim düzeyi ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?
- Kadın taraftarların mesleği ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?
- Kadın taraftarların spor yapma sıklığı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?
- Kadın taraftarların sporu seyretme sıklığı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?
- Kadın taraftarların takip ettikleri branş ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?
- Kadın taraftarların taraftarı oldukları takım ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?
- Kadın taraftarların ürün satın alma davranışı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?
- Kadın taraftarların tuttukları takım ile özdeşleşme düzeyi ile içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki var mı?
- Kadın taraftarların özdeşleşme düzeyi ile içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir fark var mı?
- Kadın taraftarların tuttukları takımı seyretmelerine engel olan sebepler nelerdir?

### *Araştırmanın Önemi*

Kadınların iş, ev temizliği, yemek yapmak, çocuk bakmak gibi gün içerisinde bitirmek zorunda kaldığı birçok sorumlulukları vardır (Elçi, 2011). Gündelik hayatın stresini atmak için çalışan kadınlar mesai bittikten sonra yapacak aktivite arayışına girer. Bu aktiviteler alışveriş yapma, kuaföre gitme olabileceği gibi spor yapma veya sporu seyretmeye gitmede olabilir. Böylece, sporu seyretmek için gittiği müsabaka da kadınlar kendilerinde meydana gelen yoğun çalışmadan kaynaklı tükenme hissini giderecek ve böylece kendisini rahatlatarak ödüllendirmiş olacaktır.

Ayrıca, kadınlar herhangi bir müsabakayı seyretmek için bir bilet veya kulüplerin store mağazalarına gidip forma, eldiven, ayakkabı, atkı, şapka, bileklik vb. ürünler satın alarak taraftarı oldukları kulüpleri desteklemek amacıyla spor ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle kadınlar günümüzde spor ekonomisinin önemli tüketicileri haline gelmişlerdir.

Kadınların spor seyircisi olarak, erkeklere oranla daha az sayıda yer aldığı tribünlerde, hem renk katmaları hem de holiganizimden uzak daha elit bir spor ortamı oluşturulması amacıyla daha fazla yer almaları gerekmektedir. Böylece, kadınların kendilerine ve takımlarına karşı olumlu tutumlar geliştirmeleri ve bunun sonucunda takımlarına olan bağlılık duygularını geliştirmeleri ayrıca erkek egemen tribün anlayışını yok etmek açısından da oldukça önemlidir.

Bilimsel açıdan konu ele alındığında, spor taraftarı olan kadınlara yönelik literatürde yeterince kaynak bulunmaması nedeni ile literatüre yeni bilgiler kazandırılması bakımından önemlidir. Yine literatüre bakıldığında kadın taraftarlar üzerine yapılan araştırmaların çoğu futbol ve futbol taraftarları üzerine gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmada futbol ile birlikte voleybol, basketbol gibi spor branşlarını izleyen kadınlarda örnekleme dahil edilmiştir.

Ayrıca, toplumsal baskı nedeniyle kadınların takımları ile erkekler kadar özdeşleşememeleri ve belirli nedenler sonucu tuttukları takımın taraftarı olmaktan vazgeçmelerinin olası nedenlerinin tespit edilmesi ve araştırma sonucunda elde edilen bulgular ışığında bundan sonra konu ile ilgili yapılacak araştırmalara yönelik öneriler sunulması bakımından önemlidir.

### ***Varsayımlar***

1. Seçilen örneklem grubunun araştırmanın evrenini temsil etmede yeterli olduğu varsayılmıştır.
2. Katılımcıların anket sorularını içtenlikle yanıtladığı varsayılmıştır.
3. Veri toplamada kullanılan ölçme araçlarının ölçmek istediğimiz özellikleri geçerli ve güvenilir bir şekilde ölçtüğü varsayılmıştır.

### ***Sınırlılıklar***

1. Çalışma; 18-45 yaş aralığı kadın katılımcılar ile sınırlandırılmıştır.
2. Çalışma; süper lig, birinci lig ve ikinci lig futbol, voleybol ve basketbol taraftarları ile sınırlandırılmıştır.

### ***Kavramsal tanımlar***

- GÜDÜ (güdülenme); Bireyin ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda bir şeyi yapmak için oluşan isteklilik ve bu istekliliği tatmin etmek için ortaya konan çabaların tümü olarak ifade edilmektedir (Eren, 2015: 498; Schwarz ve Hunter, 2008: 94-108).
- Özdeşleşme; bir topluluk veya sisteme bağlı olan üyelerin, alınan kararları ve önerileri kabul etmesi ve toplulukla birlikte hareket etmesi olarak tanımlanmaktadır (Tüzün, 2006).
- Taraftar; Türk Dil Kurumu taraftar kavramını, destekledikleri takıma ait sporcuya veya o takımın renklerine, bayrağına ve marşına bağlanan kimse olarak ifade etmektedir.
- Kadın; Türk Dil Kurumu'na göre, “erişkin dişi insan, hatun, hatun kişi, zen” anlamına gelmektedir.

### ***İşlevsel tanımlar***

- GÜDÜ (güdülenme); Kadınların “SSİİGÖ VE SSİDGÖ” ölçeklerinden alıkları puanlar onların güdü düzeyini ifade eder.
- Özdeşleşme; Kadınların “Spor Taraftarları Özdeşleşme” ölçeğinden aldıkları puanlar onların takımları ile özdeşleşme düzeylerini ifade eder.
- Taraftar; Kadınların tuttıkları takımı desteklemek amacıyla üyesi olmaları ve müsabakalarını izlemelerine verilen addır.

- Kadın; SSIİGÖ, SSİDGÖ, Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği ve demografik özelliklerden oluşan anketi dolduran katılımcıları ifade etmektedir.



# BİRİNCİ BÖLÜM

## 1. LİTERATÜR TARAMASI

### 1.1 GÜDÜ–GÜDÜLENME KAVRAMI

Aştırmamızda, kadınların spor taraftarı olma nedenlerinin altında yatan güdülerini öğrenmek amaçlanmıştır bu nedenle ilk olarak güdünün ne olduğu bu bölümde açıklanmıştır.

Türk Dil Kurumu'nun Ruhbilim Terimleri Sözlüğünde güdü, "bireyi davranışta bulunmaya iten güç," güdüleme ise "bu gücün bireyi harekete geçirerek eylemde bulunma süreci" olarak tanımlanmaktadır (Onaran, 1981).

Soykenar'a (2008) göre; güdü, harekete geçiren bir olgudur. Güdülerin ilk kez ortaya çıktığında doyurulmaları gerekir fakat doyuruldukları anda bile bütünüyle yok olmazlar, biraz zaman geçtikten sonra tekrardan ortaya çıkarlar. Bu duruma güdülerin döngüsel olma özelliği denir.

Bu özelliğe göre, güdülerin döngüsü şu şekilde oluşmaktadır:

- Gereksinimlerin hissedilmesi,
- Gereksinimlerin giderilmesine yönelik faaliyetlerin olması,
- Gereksinimlerin karşılanması.

Güdü denildiğinde akla gelen başlıca tanımlar şu şekilde ifade edilmektedir:

▪ Güdü, içsel dürtüleri gereksinim duyulan davranışı gerçekleştirmek üzere harekete geçiren şeydir (Genç ve Demiröğen, 1994).

▪ Güdü, öğrenilen gereksinimler için organizmayı harekete geçiren itici güçtür (Güney,2000).

▪ Güdü, bireyin belirlediği amaca doğru hareket etmesini sağlar ve bu davranışların oluşumunda etkili bir güç olarak tanımlanır (Güney, 2000).

▪ Güdü, organizmayı harekete geçiren ve bu hareketi yönlendiren içsel bir dürtü durumu olarak tanımlanır (Budak, 2000).

▪ Güdü, bir davranışın temelinde yatan itici güç veya enerji olarak tanımlanabilir (Silah, 2005).

▪ Güdü, farkına varılan ihtiyaçları tatmin etmek için bireyi davranışta bulunmaya harekete geçiren itici güç olarak tanımlanır (Tezcan, 2006).

▪ Güdü, hareketleri hedeflenen davranışa doğru yönlendiren, içten gelen bir dürtü olarak ifade edilir (Genç ve arkadaşları, 2008).

İngilizce de “motivation” olarak bilinen güdü kavramı, Latince de hareket etme anlamına kullanılan “movere”, “motum” kökünden gelmektedir. Psikolojide, ise içten gelen dürtülerle belirli bir amaca doğru harekete geçme ve amacı önceden belirlenmiş davranışların meydana gelme sürecini belirtmek için kullanılır. Türkçe karşılığı saik veya harekete geçirici olarak ifade edilebilir. Motive kelimesi harekete geçirici, hareketi devam ettirici ve hareketi pozitif yöne yöneltici gibi üç önemli özelliği olan bir kuvvet olma özelliği taşımaktadır. “Motive” kelimesinden türeyen güdüleme ise, bir kişi veya topluluğu, belirli bir amaç veya hedefe doğru harekete geçirmek için gerçekleştirilen davranışların tümüdür (Keskin, 2008).

Bireyler yaşamını, şiddeti uzak veya yakın olan hedeflere bağlı olarak değişiklik gösteren fizyolojik veya sosyal güdülere göre yönlendirmektedir. Günlük hayatımızdaki fizyolojik veya sosyal olan ihtiyaçlarımıza ve şiddetine göre davranışlarımız şekillenmektedir. Örneğin evin bir odasından diğer odasına geçmeye üşenirken, sıcak soğuk fark etmeksizin her türlü olumsuz şarta rağmen spor yapan insanları düşünürsek, bu durumun sebebi yalnızca bireyi spor yapma ihtiyacı ve spor yapmaya iten gücün şiddeti olarak açıklanabilir (İkizler, 1996).

İnsan davranışları çok yönlü, oldukça karmaşık ve değişik faktörler tarafından etkilenmektedir. Davranışların nedeni bireyin ihtiyaçlarından kaynaklanan bir durum ise, bu durumda kişi kendi istekleri sonucunda güdülenir. Başkaları için bireyin ihtiyaçları gerçek dışı gibi görünebilir. Fakat bu ihtiyaçlar bireyin davranışına yön verdiği için önemli olan ihtiyacın davranışa dönüşmesidir. Bireyi belirli bir amaç doğrultusunda harekete geçiren güce işaret eden güdülenme, insanların ihtiyaçlarını karşılamaları için davranışlarda bulunma ve bu davranış sonucunda doyum sağlama sürecidir. Bu süreç içerisinde ihtiyaçlar sürekli değişebilirken davranışlarda ise farklılıklar oluşabilir. Literatürde bazen güdü, bazen güdülenme ifadeleriyle açıklanan bu kavram davranışın temelinde yatan harekete kuvvetlere işaret etmektedir. Güdülenme, bir güdünün davranışa dönüşmesini sağlayan içten ya da dıştan gelen şiddetli bir uyarıcının etkisiyle veya isteğiyle açıklamaktadır. Başlatılan davranışın bir amacı vardır. Birey içten veya dıştan gelen uyarıcının etkisiyle hedefe yönelme ya da hedeften uzaklaşma yönünde güdülenebilir. Bu durumda kişinin ihtiyacına yönelik motivasyonunun artmasında ya da azalmasından söz etmek mümkündür. Bu bağlamda bir hedefe yönelik davranışın başlatılması ve davranışın devam ettirilmesi güdü kavramıyla açıklanmaktadır (Silah, 2000).

Güdülenme psikolojide yer alan önemli konulardan biridir. Davranışın derinlerinde güdülenme yatar. Bazı güdüler kolayca anlaşılabilirken bazıları ise üstü örtük ve anlaşılması güç türde olabilir. Davranışın nedeni ne olursa ya da nasıl olursa olsun, temelinde güdü veya güdüler zinciri yatmaktadır (Cüceloğlu,2006).

Güdülenme süreci bireyin herhangi bir özelliğe ihtiyaç duyduğunu fark ettiği aşamayla başlar. Var olan durum ile var olması beklenen durum arasında bir denge sağlanamaz ise ortada bir gerilim söz konusu olur. Birey bu gerilimi azaltmak için davranış eğilimi gösterir. Davranış sonucunda tatmin olan bireyin gerilim durumunu ortadan kaldırmış olur (Funk, 2008).

Kısacası bireyi bir davranışı gerçekleştirme üzere harekette bulunmaya veya birçok hareket seçeneklerinden bir tanesini tercih etmeye iten faktörlere *güdü*, bu güdünün bir davranışa veya etkinliğe dönüşmesini ve bu etkinliğin sürmesini sağlayan sürece ise *güdülenme-isteklenme-motivasyon* adı verilmektedir.

Motivasyon sürecindeki dört temel aşamadan bahsetmek gerekirse:

1. İhtiyaç: Motivasyon, eksikliği hissedilen bir ihtiyaca karşı duyulan gereksinim ile başlar.
2. Uyarılma: Kişinin ihtiyaçlarının en aza indirilmesi için, içsel veya dışsal bir gücün oluşmasıdır.
3. Davranış: Kişinin ihtiyacı ortaya çıktığında ve bu ihtiyacı karşılamak için uyarıldığında belirli bir davranışta bulunma aşamasıdır (Aşıkoğlu, 1996).
4. Doyum: Davranışın son bulduğu anda ihtiyaç ortadan kalktığı ölçüde birey doyuma ulaşır.

## **1.2 İhtiyaç-Dürtü-Güdü-Davranış Döngüsü**

Güdü, dürtü ve ihtiyaç kavramları hem birbirlerine yakın hem de nispeten birbirlerinin yerine kullanılan kavramlardır. İhtiyaç, eksikliği hissedilen bir arzunun ya da isteğin yokluğundan oluşan içsel bir gerilim halidir (Aşıkoğlu, 1996).

Dürtü, insanların fizyolojik ihtiyaçlarını doyumak için onları uyaran itici bir güç olarak tanımlanmaktadır. Dürtüyü güdünden ayıran bir özelliği ise öğrenilmemiş olmasıdır. Çünkü güdüler öğrenilmiş ya da ezberlenilmiş davranışlardır. Dürtü ile içgüdü bazen birbirine karıştırılmaktadır (Başaran, 1991).

Organizmayı yani bireyi belirli davranışa yönlendiren içsel olayların tümüne “dürtülenme” durumu denir. Bireyin ihtiyaçlarını giderme gereksiniminden güdülenerek harekette bulunma durumuna davranış denir (Başaran, 1991).

Güdüler, oluşma biçimleri açısından çeşitli sınıflara ayrılmaktadır. Bireyin yokluğunu çektiği ihtiyacın giderilme önceliği ve önemi, bireyin bu ihtiyacının eksikliğini gidermek için gösterdiği davranışın yönünü belirleyen faktörler arasındadır. Güdülerin türlerine yönelik olarak yapılan en bilinen sınıflandırma, içgüdüler, fizyolojik güdüler, sosyal güdüler ve psikolojik güdüler şeklinde yapılanıdır (Başaran, 1991).

İçgüdü, kişiden kişiye farklılık gösteren kendine özgü, kalıplaşmış tepkileri ya da davranışları oluşturan ve bunu sürdüren güce denir. İçgüdünün var olma amacı, bireyin yaşaması ve soyunu sürdürmesi için temel fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamasını sağlamaktır (Başaran, 1991).

İçgüdüler: Bireylerin bilinçsiz olarak doğal gereksinimlerini gidermek için gerçekleştirmiş olduğu davranışlardır. İçgüdüler bilincin kapalı olduğu, farkında olunmadan ortaya çıkan güdülerdir, bu durum bizi hayvansal güdüler terimine ulaştırmaktadır. İçgüdülerin öğrenilmeye ihtiyacı yoktur, zaten yaşam boyu unutulmazlar, tıpkı bir örümceğin ağ kurması gibi. Bu durumda acıkma, susama gibi temel ihtiyaçlar da içgüdüler kapsamında yer almaktadır (Aşıkoğlu, 1996).

Fizyolojik Güdüler: İnsanların yaşamlarını sürdürebilmeleri için gerekli temel ihtiyaçları vardır, bu temel ihtiyaçları giderme gereksinimi ile ortaya çıkan güdülere fizyolojik güdüler denir. Bu güdülerin en önemli özelliği, yarı bilinçli ya da yarı bilinçsiz olarak meydana gelmeleridir. Örneğin; beslenmek, giyinmek gibi (Aşıkoğlu, 1996).

Sosyal (Toplumsal) Güdüler: Bu güdüler bilinçli olarak gerçekleştirilen davranışlarıdır. Birey tek başına gerçekleştiremeyeceği bir amacı gerçekleştirmek için başkalarından yardım alarak ya da onların fiziksel, düşünsel, ruhsal gücünden yararlanarak daha verimli sonuçlara ulaşabilir. Toplumlari bir araya getiren ve insanları birbiri ile yaşamaya iten güce bilinçli güdüler demek doğrudur.

Her toplumun birbirinden farklı bir kültüre sahip olmasından ve toplumsal güdülerin bulunduğu toplumun kültürel yapısına göre şekillenmesi bize, her bireyin toplumsal güdülerinin değişiklik göstereceğini ortaya çıkartmaktadır. Bu güdüler bireyde bir gruba ait olma, yükselme, eğitilme, tanınma, sevme, arkadaşlık edinmek gibi ihtiyaçları ortaya çıkartmaktadır (Aşıkoğlu, 1996).

Psikolojik Güdüler: Bireyin davranış özellikleriyle kişilik özelliklerinin bir bütüne dönüşmesidir. Sosyal ve fizyolojik güdülerin hangi ihtiyaçlardan kaynaklandığını belirlemek, psikolojik güdülerin hangi ihtiyaçlardan

kaynaklandığını belirlemekten daha kolaydır. Çünkü psikolojik güdüler anlaşılması son derece karmaşık yapılardır. Psikolojik güdüler kişilere veya olaylara göre değişiklik göstermektedir. Bu güdüleri belirli bir kalıp içerisinde değerlendirmek, bu güdülerden kaynaklanan neden sonuç ilişkilerini ve ortaya çıkış nedenlerini açıklamak oldukça zordur (Aşıkoğlu, 1996).

Diğer bir sınıflandırma örneği ise, Maslow tarafından yapılmıştır. Maslow, (1970) güdüleri, birincil ve ikincil güdüler olarak ikiye ayırmaktadır. Birincil güdüler, kısacası fizyolojik ihtiyaçlardır, açlık, susuzluk gibi temel ihtiyaçları barındırmaktadır. İkincil güdüler ise, sosyal çevrenin etkisiyle oluşan güdülerdir (Selçuk, 1996).

Başaran (1991), insanda bilinen güdüleri şöyle kümelendirmiştir:

1. Dengelenim güdüleri (açlık, susuzluk, solunum gibi)
2. Cinsel güdüler (evlenme, aile kurma, çocuk büyütme gibi)
3. Duygusal güdüler (korku, kızgınlık, öfke, nefret, dehşet, kaygı, sevgi...)
4. Kendiliğinden doğan güdüler (merak, bilişsel yönelme gibi)
5. Toplumsal güdüler (başarı, bağlanma, dayanma, birlikte yaşama...)

Bireylerin arasındaki güdüselsel farklılıklar ise:

1. Güdülerin anlatımı, kültürden kültüre ve aynı kültürdeki insandan insana değişebilir.

2. Güdüler, değişik durumlarda, değişik davranışa yol açabilir.

3. Değişik güdüler, aynı davranışla kendilerini gösterebilir.

4. Güdüler, öncekinden daha değişik biçimlerde ortaya çıkabilir.

5. Güdülerin uyarılıp uyarılmamaları birey tarafından algılanan duruma ya da çevreye bağlıdır.

6. Güdüler, ayrıca, biri diğerini tamamlamak veya gücünü azaltmak suretiyle birbirlerine etkide bulunurlar (Başaran, 1991).

Bireylerin davranışlarına şekil veren güdülere örnek olarak yapılmış diğer bir sınıflandırma ise, içsel ve dışsal güdüler sınıflamasıdır (Iso-Ahola, 1983, Masfeld, 1992, Aktaran: Özel, 2009).

### **1.3 İçsel ve Dışsal GÜDÜ**

Özkal (2013) çalışmasında, Ryan ve Deci (2000)'nin çalışmasından yararlanarak, güdü içsel ve dışsal olmak üzere iki temel kaynaktan yararlanmaktadır

ve bireyin davranışlarının bu kaynaklardan etkilenecek şekilde şekillenmekte olduğunu belirtmiştir. Bu durumda içsel ve dışsal güdülenmeyi açıklamak gerekmektedir.

İçsel güdü bireylerin, zevk alarak, ilginç ve ya eğlenceli buldukları ve herhangi bir dışsal uyarıcıdan etkilenmeden bir işi gerçekleştirmesidir. Yani birey kendisini harekete geçiren kişidir (Ahmed ve Bruinsma, 2006; Bahar, 2002).

Dışsal güdü, doğrudan olmasa da dolaylı yoldan bireyin ulaşmak istediği sonuçlara yönelik davranışlarını etkilemektedir. Dışsal güdülenmiş birey bir işi yaparken önce sonuçlarına veya faydalarına bakmaktadır (Ahmed ve Bruinsma, 2006; Ryan ve Deci, 2000). Yani dışarıdan gelen övgü, ceza, ödül gibi uyarıcılardan etkilenmektedir (Akbaba, 2006). Buna örnek olarak bir futbolcunun sırf para alacağı için maç oynaması verilebilir. Bu gibi dışsal güdüler teşvik olarak da görülebilir (Ryan ve Deci, 2000).

Kısacası birey bir davranışı sonucunda ödül vs. için yapıyorsa burada dışsal güdülenme, davranışın sonuçları arasında ödül elde etmek yerine birey kendi isteğiyle davranışı gerçekleştiriyorsa burada içsel güdülenmeden bahsetmek mümkündür (Iso-Ahola, 1983; Masfeld, 1992; Aktaran, Özel, 2009).

#### **1.4 Spor Kavramı**

Spor, içerisinde bulunduğu her dönemde o ülkenin ve toplumun sosyal yapısına göre şekillenmiştir. Temel amacı ise, bireylerin fizikî, sosyal, psikolojik, kültürel ve zihinsel gelişmelerine katkıda bulunarak topluma sağlıklı nesiller kazandırmak ve elit sporcular yetiştirerek ülkenin tanıtımını uluslararası camiada yapmaktır (TBMM, 2005).

Latince dağıtmak, birbirinden ayırmak anlamına gelen spor, "Disportare" veya "Deportare" kelimelerinden türemiştir. 17.yüzyılın ardından kısaltılarak "Sport" olarak kullanılmaya başlanmış, 19. yüzyılda ise İngilizlere göre spor kavramının mucidi olan İngiltere'de "sport" olarak; dinlenme, eğlenme, hoş vakit geçirmek için yapılan tüm aktiviteler için kullanılmış ve zamanla tüm dillerde yarışma, kazanma ve üstün gelme çabası için yapılan tüm fiziki aktiviteler için kullanılmıştır (Önal, 1998).

Günümüze bakıldığında ise spor, fiziksel güç ve beceri gerektiren yarışmaya dayalı eğlenceli etkinlikler kümesidir. Bireye kattığı fiziksel faydalarıyla birlikte ruhsal sağlığını da olumlu yönde etkileyen ayrıca sosyal anlamda kazançlar sağlayan aktivitelerin tümünü kapsamaktadır (Önal, 1998). Fişek'e (1983) göre

spor, insanın geçmişte hayatta kalmak amacıyla doğada savaşıarak edindiği becerileri ve yöntemleri günümüzde boş zamanların artması, iş ve günlük hayatın stresinden uzaklaşma isteği nedeniyle oyalanma veya oynama gibi estetik duran, teknik kurallar barındıran aktivitelerin toplumsal sürecine denir.

Spor, geçmişten gelen ve yenileri eklenebilen, yapılan spor branşına göre özel kuralları olan, biraz oyuna ama rekabet duygusu eklendiğinde yarışmaya, biraz da profesyonellik yönü ile işe benzeyen, fiziksel serbest zaman aktivitesidir (Amman, 2000). Kişinin bireysel ya da toplu olarak yaptığı serbest zamanlarını değerlendirmek için önceden belirlenmiş kurallara dayalı, araçlı veya araçsız rekabete dayanan ve yeni bir meslek kolu olarak da tanımlanmaktadır (Erkal vd., 1998). Tek (2006) tarafından yapılan diğer bir tanımda ise spor, bireysel veya toplu olarak yapılabilen, belirli bir düzen ve kurallar çerçevesinde gerçekleştirilen, hem fiziksel hem de ruhsal gelişme katkı sağlayacak alışkanlıklar veya beden hareketleri olarak tanımlamıştır.

Sporcu tarafından bakıldığında, yarışmayı kazanmak için gerçekleştirilen teknik ve fiziki çabaların tümüne spor denebilir. Seyirci tarafından bakıldığında, turnuva veya yarışma sürecinde müsabakaya estetik ve görsel haz katan aktivitelere denir. Toplum açısından bakıldığında ise toplumun içerisinde bulunduğu süreci veya özellikleri bir ayna vasıtası görerek, toplumun nasıl şekilleneceğine yön veren etkili araçlardan bir tanesi spordur (Fişek, 2003).

Spor farklı din, dil, ırk ve kültür ayırt etmeksizin kitleleri bir araya getiren, dünya nüfusunu ortak bir noktada buluşturan çok büyük bir platformdur. Bu ifadelerle bakarak sporun toplumda önemli bir yeri olduğunu söylemek mümkündür (Fişek, 2003).

Spor, bir yandan içerisinde yer aldığı toplumun kültürel motiflerini yansıtırken bir yandan da bu kültürel yapının etkilenmesinde ve şekillenmesinde oldukça etkilidir. Çoğu spor dalı, toplumun benimsediği kültürel yapılarını yol gösterici olarak kabullenmiştir. Ulusların veya ülkelerin daha fazla benimsediği spor dallarına bakıldığında, içerisinde yer alan toplumun hayata bakış açılarını ve özelliklerini yansıttığını görmek mümkündür (Güven, 1999).

Spor, fiziksel güç gerektiren bir aktivite olmakla birlikte, özellikle son yıllarda yazılı ve görsel yayınların gelişmesiyle gerçek izleyici kapasitesine ulaşmıştır. Yazılı ve görsel medya aracılığıyla aktif olarak spor yapan sporcuları ya

da spor takımlarını binlerce taraftar izleyebilmekte veya takip edebilmektedir (Keskin, Çalışkan ve Aydoğdu, 2017).

Bu büyüklükte olan bir platformun küreselleşen ve sürekli gelişen dünyada be insan hayatı içerisinde vazgeçilmez bir yeri vardır. Rekabetin artmasıyla birlikte dünya da ve Türkiye’de sporun ürün, marka ve kalite gibi faktörler aracılığıyla pazarda yerini almasını sağlamıştır.

Dünya ekonomisinde büyük bir endüstriye sahip olan spor, uluslararası alanda gerçekleştirilen müsabakalarda elde edilen sportif başarı bazı ülkelerin ekonomisini düzenleyerek cari açıklarını kapatmalarını sağlamıştır. Avrupa’da milyarlar ile ifade edilen bir değere sahip olan spor endüstrisi, kulüplerin maç, yayın, reklâm, seyirci ve taraftar gibi ana gelir gruplarının yanında spor turizmi, perakende, telekomünikasyon, yeni stad ve çeşitli şampiyonaların düzenlenmesi amacı ile inşaat ve bunlara bağlı olarak oluşan çeşitli hizmet sektörleriyle alt gelir grupları şeklinde ifade edilebilen alanın genişlediği görülmektedir. Spor endüstrisinin, sektörleri birbirleri ile birleştirici özelliği ülke ekonomisine katkı sağlamakta ve istihdam oranında da artış göstermektedir (Katlav ve Öney, 2018).

## **1.5 Tüketim, Spor Tüketicisi Ve Spor Taraftarı Kavramları**

### **1.5.1 Tüketim**

Günümüzde dünyanın en önemli faaliyetlerinden biri haline gelmiş olan tüketim; insanların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla üretilen mal ve hizmetlerin yine insanlar tarafından satın alınması, kullanılması veya tüketilmesidir. Tüketim bir ürünün yalnızca satın alma süreci olmayıp, insanların günlük yaşamlarındaki en küçük malzemenin bile üretilmesi, dağıtımı ve tüketimini içeren sosyolojik bir yapıdır. Bu nedenle tüketimi yalnızca ekonomik bir boyut olarak değerlendirmek yanlış olacaktır. Tüketim aynı zamanda toplumsal ve kültürel bir yapıdır (Ceylan, 2010; Dever, 2013; Tellan, 2009).

### **1.5.2 Spor Tüketimi**

Sporda tüketim kavramı ise tüketim kavramı içerisinde yer alan tüm faaliyetleri içermektedir. Aktif veya pasif sporcuların, sporu seyredenlerin veya sporu yönetenlerin karşılamaya yönelik mal ve hizmet üretilmesi ve bu ürünlerin dolaylı ya da doğrudan tüketilmesi süreci olarak adlandırılır (Çokpartal, 2015; Katırcı, 2010).

### 1.5.3 Tüketici

Tüketici denildiğinde birçok kaynakta karşımıza şu kavramlar çıkmaktadır, üretilen bir malı satın alan, kullanan, sahibi olan, yararlanan kimse. Karalar'a (2001) göre belirli bir bedel veya ücret ödeyerek herhangi bir mal veya hizmeti satın alan kişiye tüketici denir.

Kişilerin tüketici olarak kendisine özgü düşünce yapısı, kriterleri, değerlendirme ölçütleri, kararları, hisleri, planları ve daha önceden kullanarak elde ettiği deneyimleri vardır. Tüketici davranışları incelenirken, tüketicinin bir ürünü satın alırken ki davranışlarından yola çıkmak yanlış bir ölçüt olacaktır (Altun, 2011).

Tüketim sürecinin belirli basamakları vardır ve tüketici bu basamakların her birinde farklı davranışlar sergileyebilir. Bu davranışsal değişikliğin nedenleri şu şekilde sıralanabilir; kişisel geçmiş, yaşanılan sosyo-kültürel çevre ve sosyo-ekonomik düzey. Spor tüketicisinin davranışlarına yön veren nedenler ise; kişisel değer, takıma bağlılık seviyesi, ürün ve markaya karşı olan tutum, geçmiş deneyimler satın alma amacı (Lee ve Trail, 2011).

### 1.5.4 Spor Tüketicisi

Tüketici tanımının devamı olarak sporu ve sporla ilgili olan ürün veya hizmetleri satın alma davranışı gösteren ve tüketen kişi ya da gruplara spor tüketicisi denir (Smith, 2012).

Tüketici bir ürünü almaya karar verirken çevresinde oluşan faktörlerden etkilenmektedir. Bu durum spor tüketicisinde de aynıdır. Spor ile ilişkili olarak çevresindeki çevresel faktörlerden ve bireysel faktörlerden etkilenmektedir. Kişiyi dışsal olarak güdüleyen çevresel faktörler şu şekildedir; kültürel değerler ve normlar, cinsiyetler arası iletişim, sosyal sınıf, ırk, iklim ve coğrafi çevre, teknolojinin gelişimi, son olarak firmaların satış pazarlama stratejileridir. Kişiyi içsel olarak güdüleyen bireysel faktörler ise; yaşam tarzı, fiziksel özellikler, algı, güdülenme, öğrenme ve tutum gibi kavramları içinde barındırmaktır (Mullin ve arkadaşları, 2007).

Smith (2012)'e göre spor tüketicisi; tüketim çeşitliliği olarak dört grupta incelenmiştir.

(I) Spor ürünleri tüketicisi; spor ile ilgili tüm araç gereç, giysi, kitap, dergi, gıda, oyun, süs-hatıra eşyası, ticari mal ve lisanslı ürünler gibi ürünleri satın alan perakendeci adı verilen grubu temsil etmektedir.

(II) Spor hizmetleri tüketicisi; spor ile ilgili üretilen ürün veya hizmetleri doğrudan katılma ya da seyretme deneyimleri edinmiş bireyleri kapsamaktadır.

(III) Spor katılımcıları ve gönüllüler; herhangi bir maddi beklenti içerisinde olmadan aktif olarak bir spora katılan veya organizasyonunda yer alan bireyleri ifade etmektedir.

(IV) Sporu destekleyiciler, seyirciler ve taraftarlar; gerçekleştirilen sportif mücadeleye karşı ilgi ve haz duyan, bu aktiviteyi gerçekleştirdiği yerde veya televizyon, internet ve radyo gibi medya aracılığıyla takip eden kişileri ifade etmektedir (Smith, 2012).

### **1.5.5 Spor Endüstrisi**

Argan ve Katırcı (2015) tarafından spor endüstrisi, bireylere sportif aktiviteler ve boş zamanlarını değerlendirme fırsatı sunan etkinlikleri gerçekleştirmek için gerekli olan ürün, hizmet, iş gücü, yer ve ikame ürünleri içerisinde bulunduran pazar olarak ifade edilmektedir.

Spor endüstrisi içerisinde yer alan mal ve hizmetleri dört bölümde sınıflandırılmaktadır.

1. Spor malları (spor ekipmanları ve kondisyon aletleri)
2. Spor giyim (spor ayakkabıları ve spor kıyafetleri)
3. Spor hizmetleri (kondisyon, sağlık kulüpleri ve diğer destekleyici hizmetler)
4. Giriş ücreti (spor ile ilgili biletler) gibi faktörleri içerir.

### **1.5.6 Taraftar Kavramı**

Taraftar; sporcuya veya sporcunun temsil ettiği kulübe, o kulübün renklerine ve armasına bağlı olan kimse olarak ifade edilmektedir (Türk Dil Kurumu).

Cambridge Dictionary of Sociology (2006) yılında taraftar kavramını, belirli bir fikri, kişiyi ya da grubu destekleyen kimse olarak ifade etmiştir. Bu tanım doğrultusunda taraftarlık kavramının halkı ayrıştırıcı bir yapısı olduğu

vurgulanmıştır. Normalin üzerinde bir taraftarlık düzeyi ile bağlı hissedilen grup biz ve diğerleri olarak adlandırma yaparak ayrıştırma ya da ötekileştirme gibi bir tutum gerçekleştirir (Karatoprak, 2019).

Taraftarlık = aidiyet anlamına gelir. Desteklediği kişi, grup veya takımın düşünce, görüş ve fikirlerini benimseyen ayrıca kendisini o gruba ait hisseden kişilere taraftar denmektedir (Dever, 2013).

Spor taraftarları kendilerini bir parçası olarak gördükleri spor kulüplerinin, tüm spor faaliyetlerine maddi ve manevi olarak destekleyen, sportif ürünlerini satın alan ve tüm ulusal ve uluslararası müsabakalarına giden böylelikle asıl pazarı oluşturan kitleyi ifade etmektedir (Kırdar, 2006).

Taraftarlar spor tüketicisi kavramının bel kemiğidir. Taraftar kendisini bir spora, spor ürününe veya spor kulübüne ait hisseden ve ortaya koyulan ürün ve hizmetleri tüketen fanatik kişidir. Sporcu aktif ve pasif katılımcı olarak sınıflandırılabilir, bu sınıflandırmayı tüketici üzerinde yapmakta mümkündür. Sporun içerisinde yer alan sporu gerçekleştiren kişiler aktif katılımcı, seyirci veya taraftar olarak adlandırılan kişiler, müsabakayı gerçekleştirdiği yerde takip ediyor veya kanal ve gazete gibi medya araçlarından takip ediyor ise pasif katılımcı adı verilir (Katırcı, 2010)

Spor taraftarı ile spor seyircisi kavramları çoğunlukla birbirinin yerine kullanılmaktadır. Fakat bu iki kavram aslında birbirinden farklıdır. Wann (1997) spor taraftarı kavramını, bir sporu, sporcuyu ya da spor takımını takip eden ve kendisini oraya ait hisseden kişilerdir. Spor seyircisi kavramı ise o anda gerçekleşen spor müsabakasını izleyen ya da radyodan takip eden bireylerdir.

Trail, James ve Fink (2000) ise spor seyircisi kavramını, herhangi bir spor müsabakasını görüp takip eden ve plansız olarak spor müsabakasını izleyebilmek için zaman ayırabilen kişiler olarak ifade etmişlerdir.

Literatür incelendiğinde seyirci davranışları üzerine birçok çalışmanın yapıldığı görülmektedir (Wann ve Branscombe (1993), Wakefield ve Sloan (1995), Polat vd. (2008), Aycan vd. (2009), Polat (2013) ve Üzümlü vd. (2014)). Bu çalışmalar da daha çok; bireylerin sportif aktiviteleri seyretme nedenlerini ortaya çıkartmak için gerçekleşen itici güç incelenmiş ve neden seyrederiz? sorusuna cevap aranmıştır. Bu soruya yanıt aranırken, aile, bağlılık, drama, heyecan, eğlence, başarı, bilgi, beceri, kaçış, estetik, ve sosyallik gibi kavramlardan oluşan tüketim güdülerinin alt boyutlarından yararlanılmıştır.

Birey ilgilendiği spor branşında, aralarında bir bağlılık ilişkisi olduğuna inandığı spor kulübüne destek verir ve o spor kulübünün kendisi ile bir bütün olduğunu düşünerek o spor kulübünün taraftarı haline gelir (Erdoğ, 2012).

Genç (1998) ise bu durumu, bireylerin bir spor kulübüne karşı bağlılık duygusu hissetmesi, o spor kulübünü her koşulda desteklemesi ve sonunda o spor kulübüne yoğun bir bağlılık durumu oluşturması olarak açıklamıştır. Taraftar; bir sporcu veya spor kulübüne maddi veya manevi olarak tam destek veren, kulübe özel tüm ürün ve hizmetleri satın alan ayrıca müsabakanın kendi sahasında veya rakip sahada olması fark etmeksizin o müsabakaya katılan asıl kitledir.

Aslında bir kişinin kendisine ait olmayan bir şeye bu kadar bağlanması normal karşılanmaya bilir fakat taraftarlık duygusu kişinin kendisini o takıma ait hissetmesi, galibiyeti için çok fazla çaba sarf etmesi, mağlubiyetine çok fazla üzülmesi ve o takımın bireyin tam olarak kişisel gündemlerinin ortasında var olmasını sağlayan temel bir motivasyon kaynakları vardır (Kurtiç, 2006).

Sutton ve arkadaşları (1997), taraftarların davranış şekillerinin iki çeşidi olduğunu vurgulamışlardır. Bu iki çeşitten ilki takımlarına bağlı taraftarlar ve ikincisi değişken taraftarlardır. Takımlarına bağlı olan taraftarlar isminden de anlaşılacağı üzere desteklediği takım ile arasında kuvvetli bir bağ kuran, takımı galip geldiğinde sevinen, mağlup geldiğinde ise üzülen, desteklediği takım uzun süre boyunca mağlup gelse bile desteğini çekmeyen kişilerdir.

Avrupa parlamentosuna ait raporda taraftarlar üç kısımda sınıflandırılmıştır:

1. Tüketim Yönlü Taraftarlar; spor müsabakasının gerçekleştiği yerde veya evinde görmek istedikleri mücadele için izlemek için özenle seçen taraftarlardır.

2. Spora yönelik taraftar; Taraftarı olduğu kulübün her karşılaşmasını izlemek isteyen, takıma ait logo, bayrak ve flamaları bulunduğu her ortamda sergilemek isteyen, başarı ve başarısızlık durumlarından bağımsız olarak taraftarı olduğu kulübü destekleyen taraftarlar.

3. Macera eğilimli taraftarlar; karşılaşmadan karşılaşmaya müsabakaya dair fikri değişim gösteren, karşılaşma esnasında ve sonrasında şiddet görmeyi arzulayan taraftarlardır (Öztürk, 2003, s. 57).

### 1.5.7 Taraftar Tipleri

*Geçici Taraftar:* Daha önceden belirlenmiş bir zamanda, müsabaka sırasında tuttuğu takımı destekleyen, taraftarlık özellikleri sergileyen fakat bu durumu sonrasında devam ettirmeyen taraftarlara denir.

*Yerel Taraftar:* Bireyin kendisini bağlı hissettiği coğrafyanın, bölgenin, şehrin, kasabanın vs. takımını desteklemesi ve o takım ile bütünleşmesi sonucunda ortaya çıkan taraftarlıktır.

*Adanmış Taraftar:* Bireyin bir takımı yer ve zaman fark etmeksizin, sürekli olarak takip etmesi, o takımı sahiplenmesi, kendisini takımın oyuncularına ve değer yargılarına bağlı hissetmesi sonucu oluşan taraftarlık biçimidir.

*Fanatik Taraftar:* Adanmış taraftar özelliklerini göstermekle birlikte, bu taraftar kimliğini aile ortamına, iş ortamına ve sosyal çevresine yansıtarak bu şekilde kabul edilmiş taraftar tipidir (Or, 2009).

### 1.6 Spor Tüketicisi Davranışı Ve Günü

Oldukça geniş bir yapıya sahip olan spor tüketimi kavramı sporu, sporcuyu, sporla ilgili resmi işleri, sporu izlemeyi, dinlemeyi, okumayı ve koleksiyon yapma gibi konuları kapsamaktadır. Tüm bu yapılardan herhangi birinin içerisinde bile yer alan kişiye ise spor tüketicisi denir. Önemli olan buradaki spor tüketicisinin davranışlarıdır. Tüketici davranışı; bireylerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamak için ürün ve hizmetleri seçme, satın alma, kullanma ve vazgeçme kararları ile ilgili faaliyetleri içeren bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Leeds ve Allmen, 2005: 171).

Tüketici davranışlarını ele aldığımızda insan davranışlarının altı bölümünden oluştuğu ve belirli varsayımlar ve özelliklere göre değerlendirildiği görülmektedir. Bu özellikler ise;

- Tüketici davranışı güdülenmiş davranıştır.
- Tüketici davranışı çeşitli faaliyetlerden oluşur.
- Tüketici davranışı bir süreçtir.
- Tüketici davranışı karmaşıklık ve zamanlama açısından farklılık gösterir.
- Tüketici davranışı farklı rollerle ilgilenir.
- Tüketici davranışı çevre faktörlerinden etkilenir.
- Tüketici davranışı farklı kişiler için, farklılıklar gösterebilir.

Bu tüketici davranışlarının spor tüketicisini de kapsadığı söylenebilir (Argan, 2002). Spor tüketicileri; spor yapmak amacıyla spor faaliyetlerine katılan kişiler ve sporu seyreden kişiler yani seyirciler olarak iki gruba ayrılmaktadır. Sporun var olmasında ve gerçekleşmesinde spor tüketicileri oldukça önemli bir yapı taşdır. Spor kavramının içerisindeki spor tüketicileri, seyircilerdir. Seyirciler burada hem üretici hem de tüketici olarak yer almaktadır (Argan, 2002).

Kişileri sportif aktivitelere katılımını güdüleyen nedenleri anlamak, katılım karar sürecine yöne verecektir (Park, 2001). Bu nedenle kişileri spora katılımına teşvik etmek, planlamak ve katılımını korumak için güdülenme nedenlerini öğrenmek gerekmektedir (Ashford, Biddle, Goudas, 1993). Tüm bunlar rekreasyonel, açık alan ve sportif aktivitelerin ürün ve hizmetlerinin pazara sunulmasında ve satışında artış elde etmesini sağlayabilir.

Yaklaşık otuz yıldır yapılan çalışmalar sonucunda spor tüketicilerinin güdülerini belirlemek üzerine bazı güdüleyici faktörler ortaya çıkmıştır. Güdüleyici özellikleri bir araya getiren, Wann (1995)'ın "Sport Fan Motivation (SFMS)" ölçeğidir. Ölçekte spor taraftarlarının sekiz farklı güdülenme faktörü ele alınmaktadır. Bunlar; özgüven (self esteem), eğlence (entertainment), kaçış (escape), pozitif stres (eustress), estetik (aesthetic), ekonomik (economic), aile (family), grup üyeliği (group affiliation) gibi faktörlerdir.

Son yıllarda yapılan araştırmalara göre bireylerin spora katılımını ve spor tüketim güdülerini açıklamak için içsel güdüler incelenmeye başlanmıştır. Bireyin spora katılımını açıklayabilmek için önerilen güdülerin sıralaması; estetik, arınma, eğlence, kaçış, sosyal etkileşim, başarı, stres atma, bağlılık, sosyal rahatlama, öz saygı, yarışma, ustalık, değer gelişimi, aile, zorunluluk, itaat, ekonomi, içselleştirme, kendini ifade etme, kendini gerçekleştirme, fiziksel fitness, sosyal ihtiyaçlar, moda uyma güdülerini şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

Seyirciler profesyonel spor organizasyonları sırasında bir spor tüketicisi olarak doğrudan ya da dolaylı olarak gelir elde etmekle birlikte, sporcuların performansını artırmaya yönelik yadsınamayacak kadar önemli bir rolün sahibidir. Bu durumda en önemli etmen bireyin, gerçekleşen müsabakaya seyirci olarak katılımını etkileyen faktörlerin ortaya çıkartılmasıdır (Zhang ve arkadaşları, 1995; Trenberth ve Garland, 2007; Cunningham ve Kwon, 2008).

Ekonomik açıdan bakıldığında, seyircilerin müsabakalara ya da aktivitelere katılımını, fiyat, bireyin gelir düzeyi, yerine tercih edilebilecek ürünlerin varlığı ve

fiyat farkı, pazarın boyutu, müsabakanın sonucu gibi faktörler etkilemektedir (Simmons, 2006). Fakat spor tüketicisi davranışı kişisel ihtiyaçların tatmin edilmesi ve yarar sağlama arzusunu deneyimlemesine dayanmaktadır (Funk, 2008).

Bu nedenle kişiler birçok farklı nedenle seyirci olarak bir spor müsabakasını takip edebilir. Bu katılımın nedeni bireydeki psikolojik ve sosyal ihtiyaçlardan oluşmaktadır. Böylece başarı, estetik, drama, kaçış/uzaklaşma, bilgi edinme, sporcuların fiziksel becerileri ve sosyal etkileşim gibi güdüler, psikolojik ve sosyal gereksinimleri karşılamaktadır. Seyirci güdülerine üzerine yapılan birçok çalışma bu gereksinimlere dayanmaktadır (Trail ve James 2001).

Kazak, (2004) çalışmasında, Hardy, Jones ve Gould, 1997 yılındaki çalışmasından alıntılanarak, psikolojinin temel konuları içerisinde yer alan güdülenme kavramının spor çerçevesindeki davranışların nedenlerini ortaya çıkarmak için oldukça önemli olarak vurgulanmıştır. Daha çok spor psikolojisi olarak kişilerin sportif aktiviteye katılımı, katılımı sürdürmesi ve bırakmasının nedenlerini açıklayarak amaçlı yaklaşımlar sunan çabalara dikkat çekmiştir.

Bireyleri spora katılmak için yönlendiren içsel ya da dışsal nedenler olduğu düşünülmektedir. Birey kendi özgür iradesiyle spora katılıyor ve dışarıdan bir uyaran almıyor veya etkilenmiyorsa içsel olarak güdülendiği kabul edilir. Örnek olarak bir birey yalnızca hoşlandığı için voleybol oynuyor, koşmaya gidiyor veya futbol maçı seyrediyorsa içsel güdülenmiş olur (Li ve Harmer,1996, Willis ve Campbell, 1992).

Ülkemizde spor dalları arasında en çok ilgi gören branş futboldur. Futbol da medya ve sponsorluk gelir kaynaklarıyla birlikte son yıllarda giderek artan iddia gelirleri de takımlar için önemli gelir kaynağı haline gelmiştir. Tüm bunlara rağmen seyirci futbol camiasının vazgeçilmezidir. Seyirci medya ve sponsorluk gelirlerinin artmasına katkıda bulunup, ayrıca takımların hedeflerini belirlemelerine de yardımcı olmaktadır (Gençer ve Aycan, 2008).

Bireylerde oluşan spora katılım güdüsü içerisinde yer aldıkları spor çevresinin incelenmesi ile ortaya çıkmaktadır. Sportif aktivitelere katılan bireylerin, bu aktivitelere katılımlarında etkili olan faktörler ve bu faktörlerin sınıflandırılmasını içeren araştırmalar bulunmaktadır. Katılıma katkıda bulunan diğer motivasyon sağlayan faktörler ise durumsal güdüler olarak bilinen (aileler, antrenörler vs.), cinsiyet, yaş ve değişik kültürlere özgü sosyo-kültürel etmenler olarak bilinmektedir. Bu alanda yapılan çalışmalar eğlence, fiziksel zindelik,

sosyalleşme, beceri öğrenimi ve başarıma güdüsünün bireyin spora katılımını etkileyen en önemli unsurlar olduğunu ortaya koymuşlardır. Bireyi sürekli olarak spor yapmaya iten güce spora katılım güdüsü denir. Bu güdüler ise içsel ve dışsal özellikleriyle ikiye ayrılmaktadır (Polatlı ve arkadaşları, 2018).

### **1.7 Sporda İçsel Ve Dışsal GÜDÜ**

Güdülenme spordaki en ilginç kavramlardan biri olmakla birlikte öğrenme, sosyal çevre edinme, yarışma gibi davranışsal değişikliklerin üzerinde etkisi olan bir kavramdır. Spor psikolojisinde güdülenmeler içsel güdülenme, dışsal güdülenme ve agüdülenme olarak üç şekilde ele alınmıştır (Duda, 1989).

1968 yılında Porter ve Lawler sporda güdülenme kavramını içsel ve dışsal güdülenme modeli olarak ele almıştır. İçsel olarak güdülenmede bireyin bir aktiviteyi gerçekleştirirken o aktiviteyi ilginç buluyor ve zevk alıyor olması gerekmektedir. Dışsal güdülenmede durum aktivitenin kendisinden meydana gelmemektedir. Burada bireyi etkileyen somut, maddi veya sözel bir ödül ya da benzeri araçlardır (Porter ve Lawler, 1968).

Bu güdülenmeleri karşılaştırırken içsel ve dışsal güdülenmelerin her bir türü farklı bir davranış nedenleri oluşturur ve oluşan bu nedenler güdülenme çeşidinin öğrenilmesi sağlar.

Spora katılım güdülenmesi üzerine yapılan ilk araştırmalara bakıldığında, beceri öğrenimi, fiziksel güç, eğlenme, arkadaş edinme ve başarıma kavramlarının bireyin spora katılımını etkileyen en önemli unsurlar arasında olduğu görülmüştür (Gill ve arkadaşları, 1983).

#### **1.7.1 İçsel GÜDÜLENME**

Bireyin kendi içerisinde meydana gelen ve kendilerine gerçekleştirme için oluşturdıkları davranışları yönlendiren ve dışarıdan kaynaklanan herhangi bir etmenden etkilenmeyen güdülere içsel güdüler denir (Ryan ve Deci, 2000).

İçsel güdülenmede kişilerin sportif bir aktiviteye katılma eylemindeki ısrarcılığının temelinde başka bir kişiden ya da durumdan bağımsız karar verme, zihinsel güç ve kişisel arzular yer almaktadır. Birey dışsal nedenlerin etkisi altında kaldığında veya katıldığı sportif aktivitede kendisini yetersiz hissettiğinde içsel güdülenmesi zayıflamaktadır. Bu durumda birey katıldığı aktivitede dışsal nedenlere bağlı olarak devamlılık sağlayabilir ya da güdülenme nedeni tamamen

ortadan kalkabilir. Bu nedenle de birey gelecekte katılacağı aktiviteler için kendisini yetersiz hissedebilir (Whitehead ve Corbin, 1991).

Sportif aktivitelere katılma eğiliminde duyguların kontrolü ve olgunluk unsurları bireye yol gösterir ve sportif aktiviteler sırasında heyecan, eğlence ve diğer ikna edici duyguların oluşması sağlanabilir. Bireyde oluşan tatmine bakıldığında sportif aktivitenin içsel güdülendiği anlaşılmaktadır (Gill, Gross, ve Huddleston, 1983).

Diğer bir açıdan bakıldığında ise bazıları mecbur kalmadıkları ve ücret ödemek zorunda kaldıkları sportif aktivitelere katılmak istemeyebilirler. Bazıları ise fiziksel güç gerektiren aktivitelere katılımda kendilerini o aktivite için yetersiz, aşırı tepki veren, çabuk sinirlenen veya baskı altındayken kendisini anlatmakta güçlük çeken bireyler olarak ifade etmektedirler. Tüm bu nedenler sonucunda kişilerin sportif aktiviteye katılımındaki devamlılığını güdüleyici faktörlerden etkilenilmektedir. Örnek olarak küçük yaştaki sporcuların sportif aktiviteye katılımı etkileyen nedenlerden en belirgin olanı o aktiviteyi eğlenceli bulmasıdır (Gill, Gross, ve Huddleston, 1983).

Yapılan diğer araştırmalarda, dışsal güdülenme unsurlarından oluşan ödül kazanma veya başkalarını memnun etme gibi güdüler yerine bireyin öğrenme becerisindeki gelişim, kişisel başarı ve haz alınması gibi içsel güdülenme unsurlarının etkisinde olarak eğlence duygusu kazanılmış olunmaktadır (Wankel, ve Kreisel, 1985).

İçsel güdülenme araçları, direkt olarak sportif aktivitenin doğasıyla yani çevresiyle ilgilenir. Yapılan sportif aktivite ilgi çekici ve zorlayıcı ise birey tarafından önemi, aktiviteye katılma, aktivitede çeşitlilik, sorumluluk alma, yaratıcı olma, kişinin becerilerini ve yeteneklerini kullanabilme ve gösterilen performansa yönelik geri bildirim alma gibi faktörleri ele almaktadır (Mottaz, 1985).

### **1.7.2 Dışsal Güdülenme**

Bir davranış gerçekleştirilirken kişinin direkt olarak içsel dürtülerinden kaynaklanmayan fakat çevresinde gerçekleşen olaylardan etkilenecek kişiyi harekete geçiren itici güce dışsal güdü denir (Ryan ve Deci, 2000).

Dışsal güdülenme, içsel güdülenmenin tam tersi olarak yani yapılan aktiviteye yalnızca haz aldığı için katılmak yerine daha çok somut bir fayda sağlamak için gerçekleştirilmektedir. Dışsal faktörlerden güdülenilmiş davranış

genetik değildir, bunun için öncesinde dışsal olarak teşvik edilmesi gerekmektedir. İnsanların bir davranışı gerçekleştirme için istekli olmalarının birçok nedeni vardır ama bunlardan en önemlileri, insan ilişkileri, aile ortamı, bir akran grubu veya topluluk oluşturmaktır (Ryan ve Deci, 2000).

Park (2001) dışsal güdülenme araçlarını iki boyut altında incelemiştir. Bunlardan ilki sosyal güdülenme araçlarını içerirken, ikincisi örgütsel güdülenme araçlarını içermektedir.

Sosyal güdülenme isminden de anlaşılacağı üzere arkadaşlık kurma, yardımseverlik, iş ortamında ast üst ilişkilerinde birbirine destek vermek gibi faktörleri içermektedir. Yani temeli insanların birbirleriyle olan ilişkilerine dayanır (Mottaz, 1985).

Örgütsel güdülenme boyutu ise örgütün bireyin çalışma performansını artırmak istemesine yönelik sunduğu olanaklara dayanır. Somut olan bu olanaklar, bireyin çalışma alanındaki yeterli kaynağın bulunması, iş sonucu alınan ücretin eşit olması, kıdemsel yükselme fırsatı olması, iş güvencesi veya sigortası ve sağladığı diğer yararlardır. Tüm bu faktörlere ise enstrümental güdülenme araçları da denmektedir (Mottaz, 1985).

Dışsal güdülenme açısından bakıldığında, sporcular yaptıkları sporun zorluklarına karşı büyük bir mücadele vermektedir. Sporcular gerçekleştirdikleri spor performansında üstün başarı elde etmek için yoğun bir antrenman programı, sakatlık, stres, yarışma kaygısı, yenilme korkusu ve sakatlık sonrası rehabilitasyon süreci gibi faktörler ile karşılaşmaktadır. Verdikleri bu mücadeleye dayanarak yalnızca fiziksel dayanıklılıklarını değil ayrıca psikolojik güçlerini de sınamış olurlar (Kolayış ve Arkadaşları, 2015).

Bu konu üzerine çalışılmış araştırmalar, sporcuların iki şekilde güdülendiğini vurgular. Bu güdülerden ilki, sporcunun yapmış olduğu sporu gerçekleştirirken haz almak ve eğlenmek gibi duyguları tatmasını sağlayan içsel güdülerdir. İkincisi de, sporcuların gerçekleştirmiş olduğu performanstan, performansının bedeli olarak, maddi, sosyal veya ödül gibi yararlar sağlamaya çalışan dışsal güdülenmedir (Robert, 1999).

### 1.7.3 Agüdülenme

Bireyin hareket etmekten kaçınma hareket etmek istememe durumuna agüdülenme denir. Agüdülenmiş kişi bir davranışı isteksiz gerçekleştirir, bu durum ise aktivitenin anlamsızlaşmasına neden olur (Ryan, 1995).

Bireyde oluşan kendini yetersiz hissetme ve kontrol zorluğu gibi duyguların oluşumu sonucunda agüdülenme durumu ortaya çıkmaktadır. Bu güdülenme tipi bu davranışı neden yaptığını tanımlayamayan bu işin gerçek bir anlamı olmadığına inanan kişiler tarafından ortaya konulmuştur. Bu durum daha çok sporcuların terapileri sırasında meydana gelmektedir, sporcular ümitsizlik duygusuna kapılıp burada boşa zaman harcadıklarını düşünmekte bu nedenle terapisinin onları güdülemeyeceğine inanmaktadırlar (Luc ve ark., 1997).

### 1.8 Sporda Özdeşleşme

Son yıllarda neredeyse herkes bir spor dalında amatör şekilde de olsa spor yapmakta ve sporu takip etmektedir. Günümüzde spor, dünya genelinde en yaygın ve en etkili kurumlardan biridir (Demirel ve arkadaşları, 2008). Toplumun her alanında yerini almış olan sporun, insanların üzerinde bıraktığı etkileri vardır. Spor yapma, seyretme veya taraftar olma gibi faktörler bu duruma birer örnektir.

Bireyde meydana gelen ve ismine taraftarlık denen bu değer, kişinin takımına karşı olan tutumu ve ait hissetme durumudur. Taraftarlık üzerine yapılan çalışmalarda Wann (1997) özdeşleme kavramı ile takım kavramını birleştirerek ortaya atmıştır.

Özdeşleşme sosyo-kültürel bir anlam taşıdığı için çocukluk döneminden başlayarak bir bireyin toplum içerisindeki yerini öğrenmesi adına yakın çevresindeki bireyleri örnek almasıyla başlar. Bu kişiler tahmin edilebileceği üzere toplumun en küçük birimi olan aile ve kan bağı taşıyan akrabalar (Acet, 2005).

Tüzün (2006)'e göre özdeşleşme, bir topluluğun üyesi olarak bireylerin o topluluğun içerisinde alınan kararları ve sunulan önerileri kabul etmesi, topluluk ile birlikte hareket etmesi, toplum içerisindeki davranışları benimsemesi veya benimsenmesini sağlanmayı ifade etmektedir.

Özdeşleşme, sosyal kimlik teorisi ile ilişkilendirilebilir. Öncelikle sosyal kimlik kavramı, bireyin sahip olduğu herhangi bir sosyal sınıfa olan üyeliği ve bu üyelik sonucunda o sınıfa karşı oluşan bağlılığı sonucunda kendisini ait hissetmesi olarak tanımlanmaktadır (Baş, 2008).

Özdeşleşme bir grubun parçası olma ve kendini o gruba ait hissetme algısı olarak da ifade edilmektedir. Bireyler bir gruba dahil olduktan ve o grupla özdeşleştiklerinin hissettikten sonra kendilerini o grup üzerinden tanıtır ve grubun başarı ve başarısızlıklarından psikolojik olarak etkilenir (Baş, 2008).

Takımla özdeşleşme kavramı taraftarların tuttukları takım ile aralarında görünmez bir bağ kurduklarını hissetmeleri sonucunda oluşur. 1989 yılında Ashforth ve Mael tarafından yapılmış bir tanımda ise bireyin taraftarı olduğu takımın kazanması ya da kaybetmesi durumunu kendisine mal etmesi olarak tanımlanmıştır. Taraftarlar tuttuğu takımın tüm davranışlarına karşı güven ve gurur duyarlar (Acet, 2005).

Tanınmış ve belirli bir taraftar kimliği sağlamış spor kulübünün taraftarı olan birey, takımın başarılı olduğu tüm güçlü özelliklerini kendi kimliğine aktarır. Birey için taraftarlık kavramı bir kimliğin parçası olmaktan daha fazlası olarak, taraftar kimliğinin kendisidir (Bas, 2008). Kişi bir takım ile özdeşleştiğinde o takımın kullandığı renklere, armaya, formaya, marşına bayrağına ve bestelerine de kendisini bağlı hisseder (Zelyurt, 2017)

Özdeşleşme çerçevesinde spor taraftarlığı kavramı ele alındığında, bireylerin taraftarı olduğu takım ile kültürel değerleri, davranış biçimleri ve sosyal algılarına yönelik göstermiş olduğu tavırlardır. Özdeşleşme, takıma yönelik aidiyet ile birleşerek sahiplenme kavramını öne çıkaracak, değişik unsurlar ile şekillenen toplumsal kimlikte bu özdeşleşmeye ait belirtiler açığa vurulacaktır. (Polat, 2018)

Literatüre bakıldığında takımla özdeşleşme kavramını Ashfort ve Mael (1989) bireyin desteklediği takımın başarılarını kendi başarısı, başarısızlığını kendi başarısızlığı gibi görme durumu olarak ifade etmişlerdir.

Funk ve James 2001 yılında takımla özdeşleşmeyi kişilerin takımın diğer üyeleri ile olan ilişkisini ve aralarında kurulan bağı ifade etmektedirler. Wann ve Pierce ise 2003 yılında takımla özdeşleşme kavramını, bireyin hem psikolojik hem de davranışsal olarak kendini adaması olarak tanımlanmışlardır. Takımla özdeşleşme kavramı genç yaşlarda daha çok gerçekleşmektedir. Başlarda insanların bir kimlik arayışında olduğu için takım tuttukları anlaşılmıştır (Acet, 2005). Fakat daha sonradan bu durum bireyin kendisini tuttuğu takımın bir parçası olarak değerlendirmesiyle devam etmiştir.

Birey genç yaşta takım tutmaya başladığında o takımın veya o takımdaki sevdiği sporcunun posterini odasına asabilir ve o sporcuyu kendisine idol olarak

kabul edebilir (Bas, 2008). Böylece desteklediği takıma olan bağlılığını ortaya koymaktadır.

### **1.8.1 Spor Kulüplerinde Taraftar Ve Özdeşleşme**

Her canlıda önde olma, başarıma güdüsü ve duygusu bulunmaktadır. İnsanda ise başarı için hem duygu hem de fikir vardır. Eski dönemler de gerçekleşen savaşlar ve günümüzdeki sportif müsabakalar başarıma güdüsünü destekler ve bu güdünün kurumsallaşmasını sağlar. Futbol bu anlamda yaygınlığı açısından bakıldığında taraftarlığı yoğun bir şekilde yaşayan herkes için hem bu güdüyü giderici hem de daha da artırıcı olan spor branşıdır (Acet, 2001).

Ekonomide önemli bir alanı kapsayan futbol branşı taraftar kavramı ile bir bütün içerisindedir. Taraftar, maddi bir çıkarı olmadan gönüllülük esasına dayalı olarak takımına destek veren kişilerdir. Herhangi bir maddi kazanç beklentisi olmayan taraftar aslında futbol piyasasında başta gelen gelir kaynaklarından bir tanesidir (Eker, 2010).

Spor kulüpleri olarak bakıldığında, kişilerin bir amaç doğrultusunda bir araya geldiği, insanların bazı sosyal veya ekonomik ihtiyaçlarını karşılayacak özellikte olan ve sosyalleşmelerini sağlayan kurumları ifade etmektedir. Bu açıklamayı ele aldığımızda spor kulüpleri çevresinden elde ettiği girdileri işleyip enerjiye çevirerek tekrar çevreye sunması açık sistem olduklarını göstermektedir (Fişek, 1985).

Taraftarlar, futbol kulüplerini birer sosyal kimlik elde etmek amacıyla destekler ve bu durumu benimserler (Hacısoftaoğlu, Akcan, ve Bulgu, 2012). Bu duruma örnek olarak, İngiltere’de Manchester United Futbol Kulübünü destekleyen taraftar grubu dokuma işçilerini, Arsenal Futbol Kulübü taraftarları silah fabrikası işçilerini, Nottingham Forest Kulübünün taraftarları kömür işçilerini, Liverpool Futbol Kulübünün taraftarları ise liman işçilerini desteklemektedir (Sert, 2000).

İskoçya’da bu durumu dinsel kimlik olarak ayrılmaktadır. Celtic Futbol Kulübünü destekleyen taraftarların Katolik, Glasgrow Rangers Futbol Kulübünü destekleyen taraftarların ise Protestan oldukları belirtilmiştir. İspanya’da ise günümüzün en iyi iki takımı olan Barcelona ve Real Madrid arasındaki rekabet siyaset faktörüne dayanmaktadır. Real Madrid kralı temsil ederken Barcelona ise Katalanları temsil etmektedir (Sert, 2000).

Ülkemizde böyle bir siyasal, dinsel veya sınıfsal taraftarlık gibi bir durum yaşanmamakla birlikte hemşeri kimliği olarak adlandırılan şehir takımlarını destekleyen taraftar grupları bulunmaktadır. Bu denli özdeşleşmiş taraftarlar desteklediği takımın başarılarıyla övünür ve güven duygusu kazanır, başarısızlığından ise içlerinde bir boşluk hissi oluşur.

Aycan ve arkadaşları (2009), Bireylerde gerçekleşen bu değişimleri incelemek üzere, taraftarlar ve seyirciler ile gerçekleştirilen araştırmalarda, özdeşleşme ve takım ile özdeşleşme kavramları önemli bir yer tutmaktadır. Takımla özdeşleşme kavramının spor kulüplerinin devamlılığını sağlaması ve daha iyi bir konuma ulaşmasında oldukça önemli bir yere sahip olduğunu vurgulamışlardır. Bireylerin takım ile özdeşleşme düzeyleri düşük, orta ve yüksek seviye olarak değişmektedir. Düşük seviyede özdeşmiş taraftarın, takımı ile özdeşleşmesinin daha düşük olduğu kısacası müsabakaları daha az takip eden ve ürün ve hizmetlerini daha az satın alan taraftarları kapsar. Orta seviyede özdeşmiş taraftarlar, daha çok taraftarı oldukları takıma ait olan renkleri ve logoları günlük yaşamında kullanır, taraftar kimliğini çevresine belli eder (Güllü ve Güçlü, 2006). Yüksek seviyede özdeşmiş taraftarlar ise zamanlarının çoğunu destekledikleri takımı takip ederek geçiren fanatik adı verilen kişilerdir. Bu taraftarlar tuttuğu takımın tüm aktivitelerini yakından takip eder, piyasaya sunulan tüm ürün ve hizmetleri hızlıca tüketir ve takımın katıldığı kendi sahasında veya deplasmandaki tüm müsabakalarını seyretmeye giderler (Bas, 2008).

## **1.9 Kadın Ve Spor**

Bireyleri fiziksel farklılıklarından dolayı gruplandıran kavrama cinsiyet denilmektedir (Arıkan, 2000). Tarih boyunca çeşitli nedenlerden dolayı kadın ve erkek farklılaştırılmıştır. Bu farklılıklar hem fiziksel hem de toplumun kendince ortaya attığı normlardır. Bu yönü ile toplumsal bir kavramdır. Toplumsal cinsiyet rolleri ise toplumların kültürüne göre değişmekte ve tüm toplumlarda bu roller doğumla birlikte farklılık göstermeye başlamaktadır. Anne ve babaların çocuklarına davranış şekilleri bile cinsiyetine göre değişiklik göstermektedir. Bu durum ise küçük yaşta çocukların zihnine işleyerek sonrasında sosyal yaşamına da bu farklılıkları kabul ederek devam etmesine neden olmaktadır (Baloğlu ve Davutoğlu, 2009). Kısacası kadın ve erkek rollerindeki bu ayrımın temel nedeni fiziksel faktörlerden daha çok kültürel bakış açısidir. Günümüzde kadın ve erkeğin

eşit olduğunu kabul edilmiş olsa da kadın ve erkek arasındaki farklılaştırma henüz tam anlamıyla ortadan kalkmamıştır (Arıkan, 2000).

### 1.9.1 Kadın

İlk başta Soğdca'daki x waten kökünde kraliçe anlamına gelen, katun kelimesi ise Orhun Yazıtları'nda (735) kraliçe anlamında konu almıştır. Daha sonra değişerek Türkçeye kadın ve hatun kelimeleri olarak girmiştir. İnternette ise kadın kelimesini yazdığımızda “erişkin dişi insan, evlenmiş dişi insan, annelik niteliklerinin bulunduran dişi insan veya ev yönetimi gerektiren erdemleri bulunduran dişi insan” gibi anlamlar karşımıza çıkmaktadır (Wikipedia, 2021).

Bunun yanında kadın gerçekleşen tüm sosyal eşitsizliklerin temel mağduru olarak sosyal projelerde ve yasalarda ele alınmıştır. Kadınlar üzerine yapılan birçok çalışmada, kadınların erkek baskılarına rağmen var olma çabalarını konu almaktadır (Elçi, 2011).

Kadınlar her zaman ikinci planda kalan, gizli veya gizli olmadan bastırılan, bazen çalışılmasına izin verilmeyen, bazen izin verilse bile eve geldiğinde evin işini de yapmak zorunda bırakılan ve tüm bunlar gibi birçok engelle mücadele etmek zorunda kalmaktadırlar (Elçi, 2011).

Tüm bu zorluklarla mücadele etmek zorunda değilmiş gibi, modern kadın-geleneksel kadın, batıdaki kadın-doğudaki kadın, çalışan kadın-çalışmayan kadın, eğitilmiş kadın-eğitimsiz kadın gibi adlandırarak kadınları sınıflandırmaktadırlar. Toplum kadını; duygusal, anaç, bakımlı olmanın yanında birde ev işleri yapmak ve yemek yapmak zorunda olan bir kavram içerisine sıkıştırmıştır (Elçi, 2011).

Sanayi dönemi ile başlayan kadınların eğitim, siyaset, ekonomi gibi alanlarda hak elde etmesiyle toplumdaki erkek egemen yapı sarsılmıştır. Böylece geleneksel rolünü üzerinden atan kadın eşitlik ilkesine dayanarak önemli bir adım atmıştır (Yüksel, 2014).

Kadın ve erkek arasındaki biyolojik açıdan olan cinsiyet farklılıkları erkeğin kadından üstün olduğunu ve kadının ötekileştirildiği fikri toplum tarafından kabul edilmiştir. Kadınların toplumdaki konumu ele alınarak, herhangi bir sportif aktiviteyi anlama ve değerlendirme tarzı ile biyolojik farklılıklar birbiriyle ilişkilidir. Sportif aktiviteler, yüksek düzey performans, üstün fiziksel özellikler, yetenek, başarı, hırs ve rekorlarla tanımlandıkça bu farklılıklar kabullenilir ve kadınlar ikinci planda kalmaya devam eder. Bu durumu destekleyen yargılar ise,

erkek bedeninin karşısında ötekileştirilen kadın bedenine cinsel anlamda vurgu yapılması, kadın sporunun cinselleştirilmesi ve erkek sporunun atletik deneyimin doğal formları olarak kabul edilmesidir (Koca ve Bulgu, 2005).

### **1.9.2 Kadınların Spora Katılımı**

Spora katılım, bireyin kendi performansını değerlendirmesini, yeteneklerini sergilemesini ve kendisine hedef olarak koyduğu noktaları değerlendirme fırsatı sağlayan önemli bir unsurdur (Duda ve Hall, 2001). Bireyin toplumun en küçük birimi olan ailede başlayan sosyalleşmesi sonrasında akrabalar, okul ve arkadaş çevresi olarak devam eder (Göktepe, 2008).

Birey yaklaşık iki yaşında cinsiyet farklılıklarını ayırt etmeye, üç yaşında ise oynadığı oyunlarda ve oyuncaklarında farklılıkları anlamaya başlar. Beş yaşına geldiğinde ise cinsiyet farklılıklarını anlamlandırmaya başlar (Çetin, 2009). Birçok toplumda kızlar kız oyunu oynar, erkekler erkek oyunu oynar imajı benimsenmiştir. Bu durum ise kişilerin hangi sporu yapmayı tercih edeceklerini etkilemektedir (Yetim, 2006). Bu etkenler sonucunda toplumda kabul edilmiş olan kız çocukları futbol oynamaz, voleybol, yüzme, jimnastik gibi sporları yapar tarzında kalıplaşmış bir kavram oluşmuştur.

Kadınların sporda bugün ki konuma gelmeleri uzun ve değişik bir tarihin eseridir. Bazı tıp uzmanları kadınların çalışma hayatına girmesiyle birlikte, onların yoğun çalışma hayatının stres faktörüyle baş edemeyecek kadar narin olduğunu öne sürüyorlardı. Bu nedenle kadınların, sağlıklı çocuk sahibi olamama ve bir dizi başka olumsuz sonuçlar da dahil olmak üzere bir dizi sağlık durumuna yol açabileceğine inanılıyordu. Ayrıca doktorlar kız çocuklarının özellikle ergenlik dönemlerinde yaşam boyu enerji kapasitelerini tüketme riski altında olduklarına inanıyorlardı. Biraz daha şiddet içerikli aktivitelere katılan kız çocuklarında ise kısır kalma, zayıflık veya erkeksi tavırlar benimseme gibi riskler aldıklarını düşünüyorlardı.

Victoria dönemi idealleri, 1800'lerin ortalarında başlayan Amerika'da sporun modernleşmesi çağında ortalama bir kadının yaygın spor katılımına katılmasını engelledi. Erkekler rekabetçi sporlara katılırken üst sınıf olarak ayrılan kadınlar ise golf, tenis, okçuluk ve kriket gibi aktivitelere katılabiliyorlardı. Tüm bu faaliyet biçimleri Victoria dönemi idealine uygundu; Katılım yoğun bir faaliyet gerektirmiyordu ve her biri elbise ve korselerden oluşan cinsiyete uygun giysilerle oynanabiliyordu (Coakley, 1990).

19. yüzyılın sonlarında gelindiğinde Amerikalılar gençlik ve yetişkin spor programlarına önem vermeye başladılar bunun nedeni ise takım çalışması, iletişim becerileri, iş etiği ve otoriteye saygı gibi unsurların öneminin farkına varmalarıydı. Genç erkekler, erkeksi özellikler barındıran tamamen rekabetçi aktivitelere katılıyorken, kadınlar sadece rekabete dayalı olmayan rekreasyona katıldılar. Victoria ideallerine bağlı kalan kadınlar, okçuluk, kriket, tenis, yelken, paten ve yürüyüşten hoşlanıyorlardı. Bazı literatürlere göre 1800'lerin sonlarında, ülke çapındaki kadın kolejlerinin yüzme ve golf gibi ek spor aktivitelerine katılmasına izin verdiğini gösteriyor. Smith College'da kadınlar 1892'de ilk kolej basketbol maçında yarıştılar.

19. yüzyılda bireylerin spora katılımı üzerine İskoçya'da gerçekleşen araştırmada, erkek katılımcıların kıyasla bisiklet, futbol, golf, bilardo, ağırlık antrenmanı, koşu, bowls (çim topu), balık tutma, tenis, basketbol, yelken/diğer su sporları, squash, atletizm, rugby, masa tenisi, dövüş sporları, kayak, kriket, judo gibi branşlarını tercih ettiklerini, kadın katılımcıların ise, yürüyüş, yoga, aerobik, ata binme, dans, cimdastik, buz pateni/buz hokeyi, yüzme gibi sporlara yöneldikleri görülmüştür (Sportscotland, 2001).

Sportif aktivitelerin tarihsel süreci boyunca daha çok mücadele içerikli faaliyetlere dayanan, erkek egemen bir yapı oluşturulmuş ve böylece toplumun kabul ettiği cinsiyet farklılıkları oluşmuştur. 1970 yılına kadar herhangi sportif aktivite veya oyun erkekliği simgeleyen bir davranış ve erkeklerin küçük yaştan itibaren sosyalleşmesi güçlenmesi adına gerçekleştirilen bir etkinlik iken 1970 yıllarında bu duruma çok fazla eleştiri alınmıştır. Bu durumun etkisiyle birlikte kadınların katılımını engelleyen bu yargılar kırılmış fakat bu durum günümüzde hala yeterli orana ulaşamamıştır (Yüksel, 2014).

### **1.9.3 Feminin Ve Maskülen Kalıp Yargıları**

Toplumda bir takım belirli kalıp yargılar vardır. Bu yargılar erkekler ve kadınlardan farklı özellikte davranışlar beklemektedir (Şirvanlı-Özen ve Bayraktar, 1993). Toplum içerisinde kadın ve erkeklerin eşit şartlara sahip olduğu savunulur fakat birçok alanda bu eşitsizliğin devam etmesi göze çarpmaktadır. Örneğin spor alanında erkekler ve kadınlar arasında hangi spor dalını tercih edecekleri veya spor müsabakalarındaki erkek kadın ayrımı dikkat çekmektedir. Spor müsabakalarının fiziksel güç, dayanıklılık, kararlılık gibi özelliklere dayandığı savunulmaktadır.

Toplum içerisinde ne yazık ki erkeklerin bu özelliklere sahip olduğu fakat kadınların yarışma temeline dayanan sporlar da başarılı olamayacağına dayanan bir yargı mevcuttur (Yetim, 2006).

Modernleşme düşüncesini kabul eden toplumsal anlayış ile birlikte kadınlar spor yapmaya teşvik edilmiştir (Koca, 2016). Bu düşüncenin benimsenmesiyle birlikte kadınların spor yapma oranında bir artış sağlamak ve bu yönde bir adım atmalarını güdülemek hedeflenmiştir.

Geçmişte günümüzdeki kadar fazla spor branşı olmamasıyla birlikte kadınların spor yapmalarına olan bakış açısı yerini günümüzde spor branşlarındaki çeşitlilikle birlikte daha fazla kadının spor yapma isteğine bırakmıştır. Başlarda toplum baskısı nedeniyle kadınların tercih ettikleri sporlar daha kadınsı denilen özellikler içerirken, günümüzde erkeksi olarak adlandırılan spor branşları da tercih edilmektedir. Bu durumda erkek için uygun olan davranışlara maskülen yani erkeksi, kadınlar için daha uygun olan davranışlara ise feminen yani kadınsı denilmektedir.

Maskülen olarak kabul edilen spor dalları tehlike, risk, şiddet, hız, dayanıklılık, sabır, meydan okuma ve takım ruhu, cesaret, saldırganlık, gibi özellikleri barındırmaktadır. Örneğin boks, halter, hokey, amerikan futbolu gibi.

Feminen olarak benimsenen spor dalları ise daha çok zarafet, estetik duruş gerektiren özellikleri kapsamaktadır. Buna örnek olarak, aerobik dans, buz pateni, jimnastik, tenis, ata binme ve senkronize yüzme gibi sporlar verilebilir (Çetin, 2009).

#### **1.9.4 Ülkemizde Kadınların Spordaki Konumu**

Ülkemizde de kadının toplumdaki yeri üzerine birçok gelişim elde edilmiştir. Örneğin erkek kadın eşitsizliğini önlemek adına 1926 yılında Medeni Kanun'da yer alan kadın hakları kabul edilmiştir. Özellikle de aile hukuku alanındaki eşitsizlik önlenmeye çalışılmıştır (Sirmen, 2000).

Atalay 2007 yılında ortaya koyduğu çalışmasında kadının spordaki yerine de değinmiş ve Cumhuriyetin ilanından günümüze gelene kadar kadınların başarılı birer sporcu olarak kendilerini geliştirdiklerini ve ülkemizi temsilen birçok başarıya imza attıklarını vurgulamıştır.

Ne yazık ki tüm bu gelişimlerin yanı sıra kadınlar erkeklere kıyasla spor yapma ve spor alanlarında görev yapma açısından geride kalmışlardır (Kara ve

Yıldırım, 2011). Ülkemizde toplumun kalıplaşmış bir yargısı haline gelen, sporun erkek aktivitesi olarak kabul edilmesi kadınların bu alanda geri planda kalmasının en önemli sebebidir.

Bir diğer sebep ise erkekler ve kadınların biyolojik farklılıklarıdır. Erkekler fiziksel anlamda kadınlardan daha güçlü, çevik ve atletik yapıdadırlar (Koca, 2006). Kadınların ise daha kırılgan ve zarif olduğu savunulmaktadır. Bu nedenle toplumda kadına belirlenmiş bir rol vardır. Kadınlar bu roller yüzünden sportif aktivitelerde kendilerini ifade etmekte zorlanmaktadır (Arıtan, 2011).

Eski çağlardan günümüze kadar baktığımızda kadınların hep ikinci planda kaldığı ataerkil bir toplumda yaşamak zorunda bırakılmasıyla karşılaşmıştır. Spor tarihi boyunca bu cinsiyet farklılıklarına dayanan erkekler daha güçlü bu spor erkek sporu gibi olgular nedeniyle spor tüm kitlelere ulaşamamıştır. Günümüzde eskisi kadar olmasa da hala etkisini göstermektedir.

Yine de tüm engelleri aşan ve erkek sporu olarak benimsenmiş sporlara katılan yarışmalarda başarılar elde eden kadınlar vardır. Ama ne yazık ki toplumumuzdaki kültürel bakış açısının değişmemesi ister istemez kadınların spor tercihlerini etkilemektedir. Kadınlar doğası gereği daha çok zarafet ve estetik duran spor dallarına yönelmektedirler.

İnal (2011) araştırmasında, ülkemizde kadınların spora katılımını şu şekilde ele almıştır. Türkiye Müslüman bir ülke olarak kadın ve erkeklerin hem çağdaş bir yaşam tarzına sahip olduğu hem de gelenek ve göreneklere bağlı oldukları bir toplumu barındırır.

Spor ise devlet destekli bir sistem tarafından yönetilmektedir. Bu yapılanmanın gençleri ve kadınları teşvik edici birçok projesi vardır. Fakat tüm imkanların sağlanmasına rağmen coğrafi koşullara, sosyo-ekonomik duruma, eğitim düzeyine göre kadınlar ve kız çocukları erkeklerle eşit şartlara sahip değildir. Bunun yanında ailelerin spor ile ilişkisi kız çocuklarının spor yapma oranını etkilemektedir. Son yirmi yılda kadınların spora katılımında bir artış yaşanmış olsa da bu artış erkekler ile arasındaki farkı kapatmaya yetmemektedir.

### **1.9.5 Kadınlar İçin Spor Katılımının Faydaları**

Kadınlar spora katılımdan çeşitli şekillerde yararlanmaktadır. Bazı araştırmalarda, okullar arası spor müsabakalarına katılan liseli kızların muhtemelen daha iyi notlar alacağı belirtilmiştir. Bununla birlikte;

- Sağlıklı olmak
- Zinde veya güçlü olmak
- Başarılı olmak
- Daha iyi uyum sağlamak
- Özgüvenli olmak
- Kendisine ve çevresindekilere saygılı olmak
- İstihdam olanağı sağlamak.. gibi birçok fayda sağladığı kabul

edilmektedir (Amman, 2005, Var, 2018).

### **1.10 Spor Taraftarı Olarak Kadın**

Kadınlar ve erkekler toplum içerisinde bulunan birçok alanda bir araya gelmek zorunda olan bireylerdir. Bir araya geldikleri alanlardan bir tanesi de spordur. Bireylerin sportif aktivitelere katılım veya sportif aktiviteyi seyretme amaçlı bir araya gelmeleri engellenemez. Ancak spor alanında kabul edilmesi zor erkek egemen bir anlayış söz konusudur. Bu nedenle kadınlar karşılıklarına çıkan bu anlayışa karşı bir mücadele vermektedirler.

Ülkemizde kadınlar yalnızca spor yapma konusunda değil seyretme konusunda da birçok engelle karşılaşmıştır. 18. Yüzyıla kadar erkek egemen olarak görülen birçok branşta spor tesisleri yapılırken kadınların orayı kullanma ihtimali dahi görmezden gelinmiştir. Genelde büyükşehirlerin dışında kalan stadyumların hiç birinde kadınlara ait bir tuvalet bulunmamaktadır. Bu durum 18. Yüzyıl ile birlikte değişmeye başlamıştır. Çünkü artık spor salonları yalnızca sportif faaliyetlerine ev sahipli yapmak dışında seminerler, bilgi yarışmaları, sempozyumlar gibi aktivitelere de ev sahibi yaptığı için kadınları göz ardı etmek mümkün değildir (Özsoy, 2008).

Ülkemizde kadın taraftarların tribüne gelmesi noktasında en yoğun çalışma yapması gereken kurum Futbol Federasyonudur. Ancak bu kurumun bakış açısı futbolu sevdirek ve daha geniş kitlelere hitap ederek fair-play ruhunu oluşturmaktan öte, pragmatist bir yaklaşımla kadın taraftarları yeni pazarlar olarak görmektedir.

Futbolun tarihsel, kültürel ve sayısal olarak erkeklerin hakimiyetinde olması (Koca, 2012), futbolun belki de sporlar içinde doğal olarak erkeklere ait sayılan en önemli alanlardan birisi olmasını sağlamıştır (Hacısoftaoğlu, 2018).

Or (2009), futbol camiasının kadınlara kapılarını açması gerektiğini ve kadınların ilgi alanına girmenin bir yolunu bulması gerektiğini böylece hedef pazarını büyütebileceğini vurgulamıştır. Bu durum yalnızca futbol için söz konusu değildir, tüm spor dalları için geçerlidir.

Futbol toplumumuzda erkek egemen yapıya sahip bir spor dalıdır. Bu nedenle ürettiği ürün ve hizmetler daha çok erkek kesime hitap etmektedir. Yani futbol camiasında kadın ve erkek ayrımcılığı hala devam etmektedir. Bu duruma örnek olarak, futbol okullarında açılan kontenjan sayısından, tribünlere girecek taraftar sayılarına kadar hepsi erkekleri kapsayarak yapılmaktadır (Yüksel, 2014).

Oysaki kadınların futbol dünyasında yer almasıyla, tükenen bilet sayılarında artış yaşanması, futbol okullarına kız çocuklarının da kayıt yaptırması, kadınlarında futbol oynaması ve medyanın etkisini çekmesi, en önemlisi de alışveriş tutkularını göz önüne alırsak futbola olan ilgilerinin artmasıyla lisanslı ürünlerin tüketimi paralel olarak artış gösterecektir. İşte tüm bu nedenlerle kadın piyasaya kar oranı sağlayacaktır (Pelak, 2005).

Futbolun en önemli unsurlarından birisi taraftarlardır. Futbolun cinsiyetlendirilmiş bir alan olması taraftarlığı da etkilemiştir. Futbol taraftarlığı da erkeklerin hakimiyetine girmiş bir alan olarak kabul edilmektedir. Bu sebeple taraftarlık ve futbol konulu bilimsel araştırmaların çoğunun odak noktasını erkek taraftar oluşturmıştır (Lenneis ve Pfister, 2015; Pope, 2012).

Ayrıca taraftardan güçlülük, dayanıklılık, kavga edebilme gibi özelliklerin beklenmesi ve kadınların doğal olarak güçsüz olduklarına dair toplumsal inanç kadınların taraftarlık içerisindeki hiyerarşik konumlarının altta olmasına yol açmaktadır (Pitti, 2019).

### **1.11 Konu İle İlgili Yurt İçinde Ve Dışında Yapılan Bilimsel Çalışmalar;**

Amerika’da lise öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen çalışmada toplam 3783 öğrenciden, %60 oranında erkek, %47 oranında ise kadın katılımcının sportif faaliyetlere katıldığı saptanmıştır (Fejgin, 2001). Moskova Meslek Okulu’nda eğitim gören 200 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen bir araştırmada, erkeklerin fiziksel aktiviteye katılma oranı %51, bu oran kadınlarda ise %32 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca spor yapma oranı olarak erkeklerin haftalık ortalaması 3,1 saat, kadınların ise 2,2 saat olarak bulunmuştur (Bağır ve Geri, 2006).

Türkiye’de ise Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi’nde eğitim gören toplamda 282 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen bir araştırmada, 118’i erkek 164’ü kadın olmak üzere, erkeklerin sportif aktivitelere kadınlardan daha fazla zaman ayırdığı görülmektedir. Ayrıca, “aktif katılım gerektiren sporları yaparım” yanıtına katılanların oranı erkeklerde % 63 iken, kadınlarda ise % 30’dur (Pepe ve Arkadaşları, 2006).

Muğla Üniversitesi’nde gerçekleşen 1018 katılımcının bulunduğu bir araştırmada ise, erkeklerin katılım gösterdikleri spor dalları sırasıyla futbol, tenis, fitness, basketbol, doğa yürüyüşü, kızların katılım gösterdiği spor dalları ise sırasıyla dans, tenis, fitness, doğa yürüyüşü, halk oyunları, voleybol olarak tespit edilmiştir (Zorba ve arkadaşları, 2006).

İstanbul’da 733 kadın üzerinde yapılan bir araştırmada ise kadınların sırasıyla yüzme, step, aerobik, yürüme, tenis, aletli çalışma, koşu, voleybol, cimnastik ve fitness sporlarına katılım gösterdikleri saptanmıştır. Yine aynı çalışmada kadınlara sorulan “yapamadığınız, ama imkan olsa yapmayı arzu ettiğiniz sporlar nelerdir” sorusuna verilen cevaplar sonucunda en çok arzu edilen ilk beş branş sırasıyla tenis, yüzme, kayak, basketbol ve voleybol olmuştur (Amman, 2005).

Fasting ve Pfister’in 1997 yılında Türkiye’de kadınların spora katılımlarının önündeki engelleri araştırmak amacıyla kadın sporcular ile yapmış oldukları görüşmelerin sonucunda, diğer ülkelerle kıyaslandığında sporu bırakma oranının fazla olduğunu tespit edilmiştir. Bu oranın yüksek olmasının nedenlerinden ilkinin kadınlarda evlenme yaşının küçük olması ve bu nedenle küçük yaşta annelik, ev temizleme, yemek pişirme gibi sorumlulukların yüklenmesi olarak bulunmuş. İkinci olarak sportif hayatı aktifleşen bir kadın üzerindeki baba veya eş baskısının ya da kontrolünün artması olarak ortaya koyulmuştur.

Amman ve Yaprak tarafından 2009 yılında gerçekleştirilen aktif spor yapan veya yapmış 16 elit kadın sporcu, antrenör ve spor yöneticisi ile yapılan nitel bir araştırmada, ülkemizde kadının spordaki konumu incelenmiştir. Bu durumda toplumun sporu erkeksi bir faaliyet olarak görmesi, kadınların spora katılım anlamındaki problemlerden daha fazla etkilenmesi, ayrıca kadınların kendine özel problemlerinin olması, medyada ise kadınları cinsel bir obje gibi sunulması, elde ettikleri başarıların erkekler ile eşit görülmediği, cinsiyet eşitliğinin kabul edilmediği, spor yapmak amacıyla gittiği yerde tacize uğraması ve bu sorunun

giderilmesi yerine üzerinin örtülmesi konu almıştır. Ayrıca kadınların birçoğunun genel anlamda ekonomik olarak bağımlı olması ve işsiz olması, spor ortamında kalitesiz şartlar altında çalışması ve geleneksel roller yüklenilmesi gibi sorunlar da eklenerek araştırmanın sonucu olarak göz önüne çıkartılmıştır.

Yine Yaprak ve Amman (2009) tarafından Beden Eğimi ve Spor Yüksekokulu öğrencileriyle gerçekleştirilen çalışmada, toplam 250 öğrencinin 125’i kız, 125’i erkek katılımcı yer almıştır. “Kadın antrenörler iş bulmak için erkeksi olmak zorundalar” cümlesine erkek katılımcıların kadınlara oranla daha fazla katıldığı saptanmıştır. Bu durum ise yine sporun erkeksi bir yapıda olması gerektiğini savunun bir düşünceyi ortaya koyuyor.

Şallı ve arkadaşları 2006 yılında %51’i kadın, %48’i erkek olan 80 voleybolcu ve voleybol antrenörü ile cinsiyet kavramı üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmada, antrenör, doktor ve avukat gibi ön planda olan bazı mesleklerde ilk akla gelen cinsiyetin %84 oranında erkek olduğu tespit edilmiştir. Bu durum ise toplumdaki ve toplumun bir parçası olan spor alanındaki cinsiyetçi yapıyı ortaya koymaktadır.

Ekmekçi ise 2006 yılında Türkiye’deki basketbol hakemlerinin cinsiyet ekseninde yaptığı bir araştırmada, federasyonda 90 kadın hakem ile 371 erkek hakemin mevcut olduğunu belirtmiştir. Bu durumun ise basketbol branşının daha çok erkeklere özel bir spor olarak kabul edilmesinden kaynaklandığını acıkmaktadır.

Theberge 1997 yılında yapmış olduğu araştırmada daha çok erkeklerin katıldığı hokey branşında artık kadınlarında yer aldığını vurgulamıştır. Fakat erkek ve kadın sporcular arasında erkek ve kadın ayırımına örnek gösterilebilecek önemli bir kural vardır. Bu kurul oyun esnasında erkekler tüm vücut olarak temas edebiliyorken kadınlarda vücut ile engelleme çabalarına izin verilmemektedir. Kadın sporcular buna itiraz etmiş olsalar da yaralanma riskinin yüksek olması gibi nedenlerden dolayı vücut temasında izin verilmemektedir.

Pelak tarafından 2005 yılında Güney Amerika’da kadın futbolu üzerine gerçekleştirilen bir araştırmada, kadınların spor yapması özellikle futbol oynaması konusunda karşılarına birçok engel çıkmaktadır. Şunu belirtmek gerekir ki Güney Amerika’da futbol yalnızca bir oyun değildir aynı zamanda güçtür sonucu çıkartılmıştır.

Cape Down Üniversitesi futbol kulübünde aktif olarak oynayan bir kadın futbolcu ile gerçekleştirilen görüşmede kadın sporcu futbol yaşamı ile ilgili deneyimlerini şu sözler ile ifade etmiştir: “6-7 yaşlarında erkeklerle birlikte sokakta futbol oynardık. 11-12 yaşlarına geldiğimde kız olduğumu fark ettiler ve beni futbol oynamaya bir daha çağırmadılar”. Bu örnekte de görüldüğü üzere belirli bir yaşa gelinene kadar bireyin cinsiyetinin ne olduğu önemli değildir ama birey tarafından cinsiyetler arasındaki farklılıklar anlaşılmaya başladığında erkek oyunu kadın oyunu olarak ayırım yapılmaya başlar.

Bu durumun bir benzer örneği de İrlanda’da mevcuttur. İrlanda’da erkekler, kadınların futbol veya rugby kulüplerine üyeliklerinin kabulünde ve sonrasındaki antrenör, yönetici, sponsorlar ve maç görevlilerinin seçiminde önemli bir rol oynamışlardır (Liston, 2006). Bu duruma göre erkekler kadınları spordaki egemenliğini yıkıcı bir tehdit unsuru olarak görmekte ve bu nedenle ellerindeki ipi sağlam tutmaktadırlar.

Tüm bu araştırmalar sonucunda kadınların spora katılması veya sporu seyretmesi erkekleri rahatsız etmiştir. Kadınlar spora katılmak veya seyretmek istediğinde bir şekilde engellenmiş ya da bastırılmıştır. Kadınların spora katılmasıyla bunca zaman inşa ettikleri erkek egemen spor kültürü yıkılacak ve modern spor kültürü yaşanacağından bu duruma karşı çıkmış kadınları bir tehdit unsuru niteliğinde görmüşlerdir. Kadınlar üzerine gerçekleşen birçok araştırma kadınların geri planda kalmasını, bastırılmasını veya engellenmesini içermektedir.

### **1.12 Spor Taraftarları Üzerinde Yapılan Yurt İçi Ve Yurt Dışı Bilimsel Çalışmalar**

Ekinci’nin 2018 yılında yayınladığı çalışmasında katılımcıların yanıtlarına göre katılım gerçekleştirdikleri spor dalına bakıldığında futbol, basketbol, voleybol ve hentbol branşlarından hentbol ve voleybol branşlarıyla ilgilenen katılımcıların destekledikleri takım ile özdeşleşme düzeylerinin daha fazla olduğunu saptamıştır.

Aslan ve Geyik, 2018 yılında futbol ve basketbol taraftarlarının sporda şiddet ve istenmeyen davranışlara bakışlarının incelenmesi üzerine bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışma sonucunda futbol ve basketbol taraftarlarınca şiddeti tetikleyen nedenler hakemlerin yanlış karar vermeleri, şike olayları, karşı takımı kışkırtıcı sloganlar, haberlerin gerilimi artırıcı şekilde lanse edilmesi, hukuki açıdan

eksikliklerin olması ve güvenlik önlemlerinin yeterli olmaması şeklinde sıralanmıştır.

Can ve arkadaşları ise 2020 yılında yayınladığı makalesinde basketbol ve futbol taraftarının özdeşleşme düzeyi, iletişim becerisi ve saldırganlık arasındaki ilişkiyi anlamak amacıyla gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda kadınların erkeklere oranla iletişim becerilerinin daha yüksek olduğunu, bunun nedeninin ise kadınların iletişim kurma ve kendilerini ifade etmekte iyi olmalarından kaynaklandığını vurgulamışlardır.

### 1.13 Kadın Taraftarlar Üzerine Yapılan Araştırmalar

Literatürde, taraftar davranışları ile ilgili son on yılda yapılan, araştırmaların odak noktası erkek taraftarlardan kadın taraftarlara kaymış, kadınların nasıl taraftar oldukları ve taraftarlık içerisindeki rolleri gibi konulara odaklanılmıştır.

Pope, 2012 yılında yaptığı araştırmasında Giulianotti'nin (2002) taraftarlık tanımından da yararlanarak taraftarlıkta iki tip kadınlık performansı olduğunu belirtmiştir: *kadınsı kadınlık* ve *erkeksi kadınlık*.

Mewet ve Tofaletti, 2011 yılında kadınların dört farklı şekilde taraftar olduklarını öne sürmüş ve taraftar bir ailede doğup taraftar olanları kanında olanlar, televizyon ya da arkadaşları aracılığıyla taraftar olanları öğrenenler, bir maç izledikten sonra spora hayran olanları dönüşenler ve partnerleri ya da sevgilileri aracılığıyla taraftar olanları cinsel yolla bulaşanlar şeklinde adlandırmışlardır.

Pope ve Kirk (2014) ise İngiltere futbol takımı Leicester City taraftarı kadınlar ile yaptığı araştırmasında üç farklı jenerasyondan kadınların taraftar olmalarının okuldaki hangi fiziksel aktiviteye katılımının etkilediğini bunun yanı sıra taraftar olurken aile ve diğer faktörlerin rollerinin ne olduğunu araştırmışlardır. Kadın taraftarlar ile yaptıkları görüşmelerin sonucunda, kadınların okuldaki beden eğitimi dersindeki deneyimlerinin, yetişkinlik dönemindeki profesyonel futbola olan ilgilerini çoğunlukla olumsuz etkilediği sonucuna varmışlardır.

Tribünlerde kadınların sayılarını artırmaya yönelik çalışmaların tek sebebi küfür ve şiddet gibi olayları azaltılmaya çalışmalar olduğunu söylemek yanlış olmaz. Fakat yapılan tüm çalışmalara bakıldığında ne istenilen düzeyde kadın taraftar tribünlerde yer almış ne de şiddet ve küfür davranışları engellenebilmiştir.

Pfister ise Lenneis (2015) ile kadın taraftarların, erkeklerin ve geleneksel toplumsal cinsiyet normlarının hakimiyetinde olan taraftarlıkta bu kalıpları

oluşturmak ve kırmak için neler yaptıklarını anlamak üzere Danimarka’da yaptıkları çalışmada, kadınların cinsiyetçiliğin taraftar kültürünün bir parçası olduğunu kabul ettiğini bulmuşlardır.

Ultras grubu (sürekli olarak maça giden, takımı için koreografiler oluşturan, kendisini desteklediği takıma adanmış olan taraftar grupları) ile etnografik bir çalışma yürüten Pitti (2019), araştırmasında erkek hakimiyetinde olan ve toplumsal cinsiyet kalıplarının belirleyici olduğu bu grupta kadınların da bu önyargılara uyduğu ve buna katkı sağladığı ayrıca doğal farklılık söyleminden dolayı da kadınların Ultras grubunda esas değil yardımcı konumunda oldukları sonucuna varmıştır.

Ülkemizde ise kadın taraftarlar üzerine yapılan çalışmalarda; Özsoy (2008), Türkiye Futbol Federasyonunun 2005 yılında gerçekleştirdiği Futbol Kamuoyu Araştırması’nda araştırmaya katılanların %47,8’i futbol ile ilgili haber ve yorumları takip ettiğini belirtmişlerdir. Bu oranı cinsiyet olarak değerlendirdiğimizde erkeklerin izleme oranı %56,7, kadınların izleme oranı ise %14,6’dır. Kadınların futbolla ilgilenmesi çoğunlukla yargılanmış ve engellenmiştir.

Tribünlerde kadınların sayılarını artırmaya yönelik çalışmaların tek sebebi küfür ve şiddet gibi olayları azaltılmaya çalışılmasıdır. Fakat yapılan tüm çalışmalara rağmen ne istenilen düzeyde kadın taraftar tribünlerde yer almış ne de şiddet ve küfür davranışları engellenebilmiştir.

Türkiye’de ise kadın taraftarlarla gerçekleştirilen araştırmalar sınırlı sayıdadır. Örneğin Nuhrat 2017’deki çalışmasında, Türkiye’deki futbolda adalet kavramının cinsiyetlendirilmiş olduğunu ve evrenselleşmiş olan normlara göre farklılaştığını ortaya koymuş ve kadınların cinsiyetlendirilmiş adaletin oluşturulmasında hegemonik erkekliği yeniden ürettiğinin altını çizmiştir.

Erhart (2013) Beşiktaş’ın kadın taraftarlarıyla bir araştırma gerçekleştirmiş ve bu taraftar grubunun Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulmasının ardından meydana gelen sosyal, kültürel ve politik değişikliklerle ilişkilendirilmesini amaçlamıştır. Yine Erhart (2016) farklı bir makalesinde doğal farklılıklar savından türeyen kadınların kırılgan, küfürden ve soğuktan sürekli şikayet eden bir yapısının olduğu ön kabulünün taraftarlığı da çok etkilediğini ve bu doğaya karşı çıkan kadınların ise delikanlı kabul edildiğini vurgulamış ve taraftarlık içerisinde bu delikanlı kadınların kabul gördüğünü belirtmiştir.

Katlav ve Öney (2018)'in yapmış olduğu araştırmaya katılan taraftarların cinsiyetleri bakımından, her bir değişkende kadın katılımcıların erkek katılımcılar ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir. Değişkenler arasında sübjektif (öznel) norm değişkeni ile cinsiyetlerinin incelenmesinde anlamlı bir farklılık bulunmuştur ve bu farklılık kadın katılımcıların erkeklere göre taraftarı oldukları spor kulübünün lisanslı spor ürünlerini satın almada sosyal çevre faktörlerinin ve normatif inançların birbirinden ayrı olması sonucundan kaynaklandığını söylemiştir.

Ülkemizde gerçekleştirilmiş olan, kadınların tribünlerdeki katılım sayısı ve katılım nedenleri üzerine ortaya koyulan bazı araştırmalara aşağıda yer verilmiştir. Bursaspor'un 2007-2008 futbol sezonunda gerçekleştirdiği bir çalışmada, Bursa Atatürk Stadyumunda oynanan Konyaspor müsabakasında stadyumda bulunan yetişkin 250 seyirci arasında 79'u bayan taraftar ve çocuk tribünü için ayırmış olan bölgede oturan 8-15 yaş arasındaki 250 çocuk seyircinin 72'si kızdır. Bursaspor kulübü tarafından yapılan çalışmada, çalışmaya katılan yetişkin taraftarların %75'i stadyumda çocuk tribünü olmasının kendilerinin küfür ve şiddet eyleminde bulunmasını engellemede etkili olabileceğini belirtmiştir. Yetişkin taraftarların %14'ü ise kararsız kalmıştır. Çalışmaya katılan taraftarlardan %74'ü, çocukların küfür ve şiddet eylemlerine karşı açtıkları pankartlar ve söyledikleri sloganların küfür ve şiddet eylemlerinde bulunulmasını engellemede olumlu etki yapacağını belirtmiştir. Aynı taraftarların %77'si stadyumlarda daha fazla kadın ve çocuk seyirci olması durumunda, futbol maçlarındaki küfür ve şiddet eylemlerinin azalabileceğini belirtirken, çalışmaya katılan kadın taraftarlardan sadece 1 tanesi stadyumlarda daha fazla kadın ve çocuk seyirci olmasının tribünlerdeki küfür ve şiddet eylemlerinin azalmasında etkili olmayacağını belirtmiştir. Kadın taraftarların % 8'i soruya kararsız kaldıklarını belirtirken, % 90'ı stadyumlarda daha fazla kadın ve çocuk seyirci olmasının tribünlerdeki küfür ve şiddet eylemlerinin azalmasında etkili olacağını belirtmiştir (Adiloğulları, 2008). Bu araştırma sonucunda çıkartacağımız sonuç ise kadın ve çocukların spor seyretmelerini istemek dışında saldırganlık, şiddet ve küfür içerikli davranışları engellenmek amacıyla stadyumlarda olmaları istenmekte, bu durum sonucunda kadınların kendilerini bir araç olarak kullanılmasından rahatsız olmalarına yol açabilmektedir.

Kuru ve Var'ın 2009 yılında Kırşehir'de 51'i kadın toplam 481 taraftar üzerinde yapmış oldukları çalışmada "Kadın taraftarların tribünde maça

seyretmeleri küfür olayını azaltır mı?” sorusuna örneklem grubunun % 66’sı *evet azaltır* cevabını vermişlerdir. Aynı çalışma içerisinde “Hakem yanlış karar verdiğinde nasıl tepkiler gösteriyorsunuz?” sorusuna ise katılımcıların %42’si *küfür ediyorum.*” demiştir. Bu araştırmaya bakıldığında katılımcıların verdiği cevapla bize tribünlerdeki kalıplaşmış yargıların kadınlar aracılığıyla dahi olsa değişemeyeceği sonucunu vermektedir.

Yapılan birçok araştırmada katılımcıların bu fikre sahip olmasına rağmen sadece kadın ve çocukların izlediği maçlarda bile yoğun küfürlü söylemler dikkat çekmektedir. Sadece kadınlarla çocukların izlediği 3 Mayıs 2012 tarihinde oynanan Beşiktaş – Fenerbahçe maçında ve 20 Eylül 2011 tarihinde oynanan ve yine sadece kadınlarla çocukların izledikleri Fenerbahçe - Manisaspor müsabakasında yoğun bir şekilde küfürlü tezahürat yapılmıştır. Yani tribünlerin tamamını da kadınlardan oluştursak yine de küfür olgusunun önüne geçilememektedir. Futbol Federasyonunun seyircisiz oynama cezası yerine verdiği, sadece kadın ve çocuk taraftarlarla oynama cezası ilginç tartışmalara sebep vermiştir. Kadınların kulüplere bir ceza unsuru olarak gösterilmesi kadın taraftarların da eleştirilerine neden olmuştur. Ancak bu uygulama beklenmedik sonuçlar da vermiştir.

Orta’nın yaptığı çalışmada sadece kadın ve çocukların izlediği maçlarda toplam 32 sarı 2 kırmızı olmak üzere 34 tane kart cezası verilmiştir. Maçlarda toplam 21 gol olmuştur. Aynı takımların aynı sezon veya bir önceki sezon birbirleriyle oynadığı rövanş maçları incelendiğinde toplam 42 sarı 1 kırmızı olmak üzere 43 tane kart cezası verilmiştir. Maçlarda yine toplam 21 gol olmuştur. Çalışmada elde edilen bulgu sayılardan da anlaşılacağı gibi sadece kadın ve çocuk taraftarların izlediği maçlarda kart sayısı %25 oranında azalmıştır (Orta, 2012). Ayrıca bu konuya ek olarak, Fenerbahçe’nin oynadığı Sivasspor ve Manisaspor maçlarında Fenerbahçe’nin lisanslı ürünlerini satan mağazanın cirosu % 25 artmıştır (Habertürk, 2012). Yani kadınların yalnızca şiddete karşı sakinleştirici özelliği değil aynı zamanda spor pazarının kalkınmasına da etkisi vardır.

Tüm bu örnek araştırmalar sonucunda, özellikle futbol branşının popüler olduğu spor camiasında kadınların spor yapma ve seyretme oranı son yıllarda artış gösterse de erkeklere oranla hala az sayıdadır. Toplumun kültürel bakış açısı kadını spordan uzaklaştırmış ve erkek egemen bir yapı oluşturmuş olsa da günümüzde bu bakış açısına katılmayan çok fazla kadın vardır. Seyir ve satın alım olarak karşılaştırıldığında ise kadınların satın alma oranının fazla olduğu saptanmış ve bu

da bize kadınların alış veriş tutkusunun spor camiasında da devam ettiğini göstermektedir.

Karatoprak, 2019 yılında yayınlamış olduğu çalışmasında; futbol taraftarlarının takımlarıyla özdeşleşme düzeyleriyle spor organizasyonları tüketimi arasındaki ilişki ortaya koymaya çalıştığı çalışmasında taraftarların spor organizasyonlarını tüketimi %87 oranda yüksek bulunmuş, taraftarların takımlarıyla özdeşleşmesi ise %36 oranında düşük bulunmuştur. Bu araştırmaya göre taraftarların özdeşleşme düzeyleri ile cinsiyet, yapılan spor dalı, maçı seyretme alanı, maçı seyretmeye gitme sıklığı, maçı seyretmeye gitme nedeni ve passolig kartına sahip olma nedenleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Ayrıca taraftarların spor organizasyonları tüketim düzeyleri ile yaş, cinsiyet, meslek, medeni durum, anne babanın eğitim düzeyi, yapılan spor dalı, maç izlemeye gitme nedenleri gibi değişkenler arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Taraftarların takımlarıyla özdeşleşme düzeyleri arttıkça taraftarların spor organizasyonları tüketimine karşı daha bağımsız, daha mesafeli, daha çekingen bir şekilde yaklaştıkları, hizmet kalitesine daha fazla önem veren bir hale geldikleri anlaşılmıştır.

Özdeşleşme üzerine yapılan bir başka çalışma ise Güllü ve Güçlü (2006) tarafından ortaöğretim öğrencilerinin taraftarı oldukları takım ile özdeşleşmelerinin incelenmesi üzerine yapılmıştır. Bu çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre erkek öğrenciler ile kız öğrencilerin özdeşleşme puan ortalamaları arasında anlamlı bir fark bulunmuş, erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranla özdeşleşme puanlarının daha yüksek olduğu görülmüştür.

Son olarak Demirel ve arkadaşlarının 2007 yılında gerçekleştirmiş oldukları çalışmada üniversite öğrencilerinin desteledikleri spor takımı ile özdeşleşme düzeyleri incelenmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bilgilere bakıldığında farklı üniversitelerdeki öğrencilerin spor taraftarı olarak takımları ile özdeşleşme düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Cinsiyet açısından bakıldığında ise erkek ve kız öğrencilerin takımları ile özdeşleşme düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür.

Yapılan birçok araştırmada da görüldüğü üzere özdeşleşme düzeyi açısından bakıldığında değişkenler arasındaki en etkili kavram cinsiyettir. Çıkan sonuçlara bakıldığında erkeklerin taraftar olarak desteklediği takım ile özdeşleşme oranı kadın taraftarlara oranla daha yüksek çıkmaktadır. Bu duruma psikolojik bir

açından yaklaşırsak, kadınların bir takım ile özdeşleşmesi için o takımda kendisine ait bir şeyler görmesi gerekir. Desteklediği takım ile arasında bir bağ olduğuna inanması ve kendisini o sahanın, tribünün bir parçası olarak görmesi özdeşleşme düzeylerini artıracaktır.



## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma modeli, araştırmanın evren ve örnekleme, veri toplama yöntemi, verilerin toplanması için kullanılan içsel güdülenme, dışsal güdülenme, özdeşleşme ölçeklerinin güvenilirlik çalışmaları ve toplanan bu verilerin hangi istatistik yöntemi kullanılarak analiz edilmesine ait bilgiler sunulmaktadır.

#### 2.1 Araştırma Modeli

Spor taraftarı olarak kadınların sporu seyretme güdülleri ve taraftar olarak özdeşleşme nedenleri arasındaki ilişkiyi inceleyen bu tez çalışmasında; nitel araştırma modeli ile birlikte nicel araştırma modellerinden biri olan genel tarama yaklaşımı ve ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

#### 2.2 Araştırmanın Evren Ve Örnekleme

Bu araştırmanın çalışma evrenini, 2020-2021 yılları içerisinde Türkiye'nin Batı Karadeniz ve Marmara Bölgelerindeki spor müsabakalarını takip eden ve taraftar olarak destekleyen kadınlar olmuştur.

Araştırmanın örneklem grubu ise, rastgele örnekleme yöntemi ile İstanbul, Kocaeli, Sakarya, Bolu, Ankara, Bartın, Zonguldak ve civarındaki yerleşim yerlerinde bulunan aktif veya pasif olarak spor müsabakalarını takip eden, herhangi bir takımı destekleyen ve tamamı kadınlardan oluşan toplam 542 kişiden oluşmaktadır.

#### 2.3 Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmacı tarafından belirlenen anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, katılımcıların demografik özellikleri ve spor seyretme nedenlerini öğrenmek amacıyla sorulmuş 12 sorudan oluşmaktadır.

İkinci bölüm, Polat ve Yalçın tarafından geliştirilmiş 2020 yılında toplamda 45 sorudan oluşan, Spor Seyircileri İçin Dışsal Güdü Ölçeği (SSİDGÖ) Ve Spor Seyircileri İçin İçsel Güdü Ölçeği (SSİİGÖ) ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 7'li likert tipinde “hiç katılmıyorum=1, tamamen katılıyorum=7” şeklinde puanlanmıştır.

Ölçekte ters çevrilerek puanlanmış madde bulunmamaktadır. Polat ve Yalçın'ın (2014) elde ettiği sonuçlara göre toplam ölçeğin ve alt boyutların Cronbach's Alpha iç tutarlılık değerleri incelendiğinde en yüksek değer Bahis İmkanları ( $\alpha=0,90$ ) alt boyutunda olduğu, en düşük değerin ise Kültürel Gelişim ( $\alpha=0,71$ ) alt boyutunda olduğu belirlenmiştir. Toplam ölçeğin iç tutarlılık değerleri ise  $\alpha=0,86$  olarak bulunmuştur. Ayrıca ölçeğin bu çalışma için yapılan güvenilirlik analizi sonucunda dışsal güdü ölçeği güvenilirlik boyutunda Sosyal Paylaşım ( $\alpha=0,80$ ), Popülerite ( $\alpha=0,83$ ), Aile Bağları ( $\alpha=0,91$ ), Medya Etkisi ( $\alpha=0,84$ ), Etik Değerler ( $\alpha=0,90$ ), Bahis İmkanları ( $\alpha=0,92$ ), Oyun Bilgisi ( $\alpha=0,88$ ), Kültürel Gelişim ( $\alpha=0,85$ ), Estetik Değerler ( $\alpha=0,91$ ), en yüksek değerin Bahis İmkanları ( $\alpha=0,92$ ) alt boyutlarında olduğu, en düşük değerin ise Sosyal Paylaşım ( $\alpha=0,80$ ) alt boyutunda olduğu bulunmuş ve toplam Cronbach's Alpha değeri 0,93 olarak hesaplanmıştır. İçsel güdü ölçeğinin güvenilirlik boyutunda Milli Duygular ( $\alpha=0,93$ ), Spor Tutkusu ( $\alpha=0,92$ ), Rekabet Duygusu ( $\alpha=0,94$ ), Taraftarlık ( $\alpha=0,95$ ), Yerel Bağlılık ( $\alpha=0,95$ ), Beceri Düzeyi ( $\alpha=0,94$ ), Rahatlama ( $\alpha=0,90$ ), en yüksek değerin Taraftarlık ( $\alpha=0,95$ ), Yerel Bağlılık ( $\alpha=0,95$ ) alt boyutlarında, en düşük değerin Rahatlama ( $\alpha=0,90$ ) alt boyutunda olduğu bulunmuş ve toplam Cronbach's Alpha değeri 0,96 olarak hesaplanmıştır. Ölçeği geliştiren araştırmacıdan 2 Ekim 2020 tarihinde ölçek kullanım izni alınmıştır.

Üçüncü bölümde ise, Wann ve Brancombe tarafında 1993 yılında geliştirmiş, Günay ve Tiryaki (2003) tarafından Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması yapılan ve 7 sorudan oluşan, Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği (STÖÖ) kullanılmıştır. Ölçek 8'li likert tipinde "1=önemli değil, 8=çok önemli" şeklinde puanlanmıştır. Günay ve Tiryaki'nin (2003) elde ettiği sonuçlara göre ölçeğin Cronbach's Alpha değeri 0,87 olarak bulunmuştur. Araştırmanın geçerlik ve güvenilirlik analizleri ölçeğin iç tutarlılığının yüksek ve tek boyutlu bir ölçümü desteklediğini göstermiştir. Bu çalışma için ölçeğin Cronbach's Alpha değerine bakıldığında ise 0,96 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışmasını yapmış olan araştırmacıdan 28 Eylül 2020 tarihinde ölçek kullanım izni alınmıştır.

Son olarak kadın taraftarların destekledikleri takımı bırakma nedenlerini öğrenmek amacıyla araştırmacı tarafından ankete açık uçlu 1 soru daha eklenmiştir.

## 2.4 Verilerin Toplanması

Verilerin toplanması için katılımcılara anket uygulaması yapılmıştır. Anketin cevaplanması için katılımcılara internet üzerinden mail ve sosyal medya yoluyla ulaştırılmış, görüşme formu aracılığı ile sağlanmış veriler (1 Kasım 2020- 1 Ocak 2021) tarihleri arasında toplanmıştır.

## 2.5 Verilerin Çözümlemesi

Verilerin çözümlenebilmesi için öncelikli olarak toplanan verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini test etmek amacıyla kurtosis ve skewness değerlerine bakılmıştır. Bu değerlerle ilgili veriler Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1.** Verilerin Normallik Analiz Dağılımı

|                  | Çarpıklık | Basıklık | n   |
|------------------|-----------|----------|-----|
| Sosyal Paylaşım  | -,13      | -,91     | 542 |
| Popülarite       | -,15      | -,89     | 542 |
| Aile Bağları     | -,14      | -1,22    | 542 |
| Medya Etkisi     | ,23       | -,99     | 542 |
| Etik Değerler    | ,29       | -1,16    | 542 |
| Bahis İmkanları  | 2,00      | 2,01     | 542 |
| Oyun Bilgisi     | -,40      | -,86     | 542 |
| Kültürel Gelişim | -,11      | -,98     | 542 |
| Estetik Değerler | -,45      | -,95     | 542 |
| Milli Duygular   | -,98      | -,23     | 542 |
| Spor Tutkusu     | -,39      | -1,17    | 542 |
| Rekabet Duygusu  | -1,22     | ,35      | 542 |
| Taraftarlık      | -,08      | -1,30    | 542 |
| Yerel Bağlılık   | ,56       | -1,15    | 542 |
| Beceri Düzeyi    | -,59      | -,90     | 542 |
| Rahatlama        | -,75      | -,56     | 542 |

Tablo 1 incelendiğinde normallik analiz dağılımında skewness ve kurtosis değerlerinin (+2 ile -2) arasında olduğu görülmektedir. Verilerin analizinde parametrik hipotez testlerinden, betimsel istatistik, T testi, Korelasyon, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA), Çok Değişkenli Varyans Analizi (MANOVA) testleri kullanılmıştır.



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. BULGULAR

**Tablo 2.** Tanımlayıcı İstatistikler- Yüzde ve Frekans Dağılımları

|                              |                        | <b>f</b>   | <b>%</b>   |
|------------------------------|------------------------|------------|------------|
| Eğitim Düzeyi                | İlköğretim-Lise Mezunu | 51         | 9,4        |
|                              | Üniversite Öğrencisi   | 266        | 49,1       |
|                              | Üniversite Mezunu      | 225        | 41,5       |
| Medeni Durum                 | Evli                   | 85         | 15,7       |
|                              | Bekar                  | 457        | 84,3       |
| Meslek                       | Öğrenci                | 240        | 44,3       |
|                              | Kamu Çalışanı          | 246        | 45,4       |
|                              | Serbest Meslek         | 55         | 10,1       |
| Spor Yapma Sıklığı           | Her Gün                | 85         | 15,7       |
|                              | Haftada İki Gün        | 168        | 31,0       |
|                              | Ayda Birkaç Kez        | 150        | 27,7       |
|                              | Neredeyse Hiç          | 139        | 25,6       |
| Spor Seyretme Sıklığı        | Her Gün                | 70         | 12,9       |
|                              | Haftada İki Gün        | 110        | 20,3       |
|                              | Ayda Birkaç Kez        | 213        | 39,3       |
|                              | Neredeyse Hiç          | 149        | 27,5       |
| Taraftarı Olduğu Spor Branşı | Futbol                 | 427        | 78,8       |
|                              | Voleybol               | 61         | 11,3       |
|                              | Basketbol              | 53         | 9,8        |
| Taraftarı Olduğu Takım       | Milli takım            | 13         | 2,4        |
|                              | Fenerbahçe             | 144        | 26,6       |
|                              | Galatasaray            | 142        | 26,2       |
|                              | Beşiktaş               | 79         | 14,6       |
|                              | Trabzonspor            | 74         | 13,7       |
|                              | Diğer..                | 90         | 16,6       |
| <b>Toplam</b>                |                        | <b>542</b> | <b>100</b> |

Tablo 2 incelendiğinde toplamda 542 kadın katılımcının %9,4'ünün İlköğretim-Lise mezunu, %49,1'inin üniversite öğrencisi, %41,5'inin üniversite mezunu olduğu ve %15,7'sinin evli, %84,3'ünün ise bekar olduğu ayrıca

%44,3'ünün öğrenci, %45,4'ünün kamu çalışanı, %10,1'inin ise serbest meslek ile uğraştıkları görülmektedir.

Araştırmaya katılan kadınlar spor yapma sıklığı açısından %15,7'si her gün, %31,0'i haftada iki gün, %27,7'si ayda birkaç kez, %25,6'sı ise neredeyse hiç cevabını vermişlerdir. Sporu seyretme açısından bakıldığında ise %12,9'u her gün, %20,3'ü haftada iki gün, %39,3'ü ayda birkaç kez, %27,5'i ise neredeyse hiç yanıtını vermişlerdir. Katılımcıların %78,8'i futbol, %11,3'ü voleybol, %9,8'i basketbol branşlarının taraftarı oldukları görülmektedir. Bu taraftarların %2,4'ü milli takımı, %26,6'sı Fenerbahçe'yi, %26,2'si Galatasaray'ı, %14,6'sı Beşiktaş'ı, %13,7'si Trabzonspor'u, %16,6'sının ise diğer takımları destekledikleri görülmektedir.

**Tablo 3.** Kadın Taraftarların Özdeşleşme Düzeyi İle İçsel Ve Dışsal Günü Arasındaki İlişki

| Özdeşleşme |   | Dışsal günü | İçsel günü |
|------------|---|-------------|------------|
|            | r | 0,52**      | 0,76**     |
|            | p | 0,00        | 0,00       |
|            | n | 542         | 542        |

p<0,05

Tablo 3 incelendiğinde kadın taraftarların özdeşleşme düzeyi ile içsel ve dışsal günü puanları arasında pozitif yönde bir ilişki saptanmıştır.(p<0,05) İçsel günü (r=0,76) toplam puanında boyutunda yüksek düzeyde, dışsal günü (r=0,52) toplam puanında boyutunda ise orta düzeyde bir ilişki saptanmıştır.

**Tablo 4.** Kadın Taraftarların Yaşı İle Dışsal GÜDÜ Alt Boyutları Arasındaki İlişki

|     |   | Sosyal Paylaşım | Popülerite | Aile Bağları | Medya Etkisi | Etik Değerler | Bahis İmkânları | Oyun bilgisi | Kültürel Gelişim | Estetik Değerler |
|-----|---|-----------------|------------|--------------|--------------|---------------|-----------------|--------------|------------------|------------------|
| Yaş | R | -,17**          | -,14**     | -,00         | -,15**       | -,15**        | -,04            | -,25**       | -,18**           | -,21**           |
|     | p | 0,00            | 0,00       | ,97          | 0,00         | 0,00          | 0,00            | 0,00         | 0,00             | 0,00             |
|     | n | 542             | 542        | 542          | 542          | 542           | 542             | 542          | 542              | 542              |

p<0,05

Tablo 4 incelendiğinde kadın taraftarların yaşı ile dışsal güdü alt boyutlarından; sosyal paylaşım ( $r=-,17$ ), popülerite ( $r=-,14$ ), aile bağları ( $r=-,00$ ), medya etkisi ( $r=-,15$ ), etik değerler ( $r=-,15$ ), bahis imkanları ( $r=-,04$ ), oyun bilgisi ( $r=-,25$ ), kültürel gelişim ( $r=-,18$ ) ve estetik değerler ( $r=-,21$ ) arasında negatif yönde ve düşük düzeyde bir ilişki olduğu saptanmıştır.

**Tablo 5.** Kadın Taraftarların Yaşı İle İçsel GÜDÜ Alt Boyutları Arasındaki İlişki

|     |   | Milli Duygular | Spor Tutkusu | Rekabet Duygusu | Taraftarlık | Yerel Bağlılık | Beceri Düzeyi | Rahatlama |
|-----|---|----------------|--------------|-----------------|-------------|----------------|---------------|-----------|
| Yaş | r | -,03           | -,23**       | -,25**          | -,20**      | -,13**         | -,28          | -,22**    |
|     | p | 0,00           | 0,00         | 0,00            | 0,00        | 0,00           | 0,00          | 0,00      |
|     | n | 542            | 542          | 542             | 542         | 542            | 542           | 542       |

p<0,05

Tablo 5 incelendiğinde kadın taraftarların yaşı ile içsel güdü alt boyutlarından; milli duygular ( $r=-,03$ ), spor tutkusu ( $r=-,23$ ), rekabet duygusu ( $r=-,25$ ), taraftarlık ( $r=-,20$ ), yerel bağlılık ( $r=-,13$ ), beceri düzeyi ( $r=-,28$ ), rahatlama ( $r=-,22$ ) arasında negatif yönde ve düşük düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 6.** Kadın Taraftarların Yaşı İle Özdeşleşme Düzeyi Arasındaki İlişki

|     |   | Özdeşleşme |
|-----|---|------------|
| Yaş | r | -,24**     |
|     | p | 0,00       |
|     | n | 542        |

p<0,05

Tablo 6 incelendiğinde kadın taraftarların yaşı ile özdeşleşme ( $r=-,24$ ) düzeyi arasında negatif yönde ve düşük düzeyde bir ilişki olduğu saptanmıştır.

**Tablo 7.** Kadın Taraftarların Medeni Durumu İle Dışsal Günü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

|                  |       | n   | $\bar{x}$ | Ss   | t     | P    |
|------------------|-------|-----|-----------|------|-------|------|
| Sosyal Paylaşım  | Evli  | 85  | 3,25      | 1,93 | -3,10 | 0,00 |
|                  | Bekar | 457 | 3,89      | 1,68 |       |      |
| Popülerite       | Evli  | 85  | 3,68      | 1,90 | -3,04 | 0,00 |
|                  | Bekar | 457 | 4,30      | 1,69 |       |      |
| Aile Bağları     | Evli  | 85  | 4,35      | 2,08 | 1,41  | 0,15 |
|                  | Bekar | 457 | 4,02      | 1,98 |       |      |
| Medya Etkisi     | Evli  | 85  | 3,22      | 1,85 | -2,19 | 0,02 |
|                  | Bekar | 457 | 3,68      | 1,76 |       |      |
| Etik Değerler    | Evli  | 85  | 3,00      | 2,00 | -2,19 | 0,02 |
|                  | Bekar | 457 | 3,51      | 1,93 |       |      |
| Bahis İmkânları  | Evli  | 85  | 1,70      | 1,37 | 0,69  | 0,48 |
|                  | Bekar | 457 | 1,59      | 1,34 |       |      |
| Oyun bilgisi     | Evli  | 85  | 3,79      | 2,04 | -4,29 | 0,00 |
|                  | Bekar | 457 | 4,70      | 1,73 |       |      |
| Kültürel Gelişim | Evli  | 85  | 3,57      | 1,90 | -2,86 | 0,00 |
|                  | Bekar | 457 | 4,17      | 1,75 |       |      |
| Estetik Değerler | Evli  | 85  | 3,80      | 2,22 | -4,09 | 0,00 |
|                  | Bekar | 457 | 4,74      | 1,87 |       |      |

p<0,00

Tablo 7 incelendiğinde kadın taraftarların medeni durumu ile dışsal güdü alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır ( $p<0,05$ ). Saptanan anlamlı farkın hangi gruptan kaynaklandığı incelendiğinde ise sosyal paylaşım ( $t=-3,10$ ;  $p=0,00$ ), popülerite ( $t=-3,04$ ;  $p=0,00$ ), medya etkisi ( $t=-2,19$ ;  $p=0,02$ ), etik değerler ( $t=-2,19$ ;  $p=0,02$ ), oyun bilgisi ( $t=-4,29$ ;  $p=0,00$ ), kültürel gelişim ( $t=-2,86$ ;  $p=0,00$ ) ve estetik değerler ( $t=-4,09$ ;  $p=0,00$ ) alt boyutlarından medeni durumu bekar olan katılımcıların lehine bir fark tespit edilmiştir.

**Tablo 8.** Kadın Taraftarların Medeni Durumu İle İçsel Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

|                 |       | n   | $\bar{x}$ | Ss   | t     | p    |
|-----------------|-------|-----|-----------|------|-------|------|
| Milli Duygular  | Evli  | 85  | 5,10      | 2,14 | -1,10 | 0,26 |
|                 | Bekar | 457 | 5,36      | 1,87 |       |      |
| Spor Tutkusu    | Evli  | 85  | 3,89      | 2,09 | -4,12 | 0,00 |
|                 | Bekar | 457 | 4,85      | 1,93 |       |      |
| Rekabet Duygusu | Evli  | 85  | 4,67      | 1,82 | -5,10 | 0,00 |
|                 | Bekar | 457 | 5,73      | 2,00 |       |      |
| Taraftarlık     | Evli  | 85  | 3,45      | 2,12 | -2,99 | 0,00 |
|                 | Bekar | 457 | 4,19      | 2,05 |       |      |
| Yerel Bağlılık  | Evli  | 85  | 2,82      | 2,03 | -1,58 | 0,11 |
|                 | Bekar | 457 | 3,23      | 2,21 |       |      |
| Beceri Düzeyi   | Evli  | 85  | 3,89      | 2,25 | -4,94 | 0,00 |
|                 | Bekar | 457 | 5,03      | 1,88 |       |      |
| Rahatlama       | Evli  | 85  | 4,30      | 2,22 | -3,91 | 0,00 |
|                 | Bekar | 457 | 5,16      | 1,78 |       |      |

$p<0,00$

Tablo 8 incelendiğinde kadın taraftarların medeni durumu ile içsel güdü alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır ( $p<0,05$ ). Saptanan anlamlı farkın hangi gruptan kaynaklandığı incelendiğinde ise spor tutkusu ( $t=-4,12$ ;  $p=,00$ ), rekabet duygusu ( $t=-5,10$ ;  $p=,00$ ), taraftarlık ( $t=-2,99$ ;  $p=,00$ ), beceri düzeyi ( $t=-4,94$ ;  $p=,00$ ) ve rahatlama ( $t=-3,91$ ;  $p=,00$ ) alt

boyutlarından medeni durumu bekâr olan katılımcıların lehine bir fark tespit edilmiştir.

**Tablo 9.** Kadın Taraftarların Medeni Durumu İle Özdeşleşme Düzeyine İlişkin Farklar

|            |       | n   | $\bar{x}$ | Ss   | t     | p    |
|------------|-------|-----|-----------|------|-------|------|
| Özdeşleşme | Evli  | 85  | 3,78      | 1,82 | -4,37 | 0,00 |
|            | Bekar | 457 | 4,80      | 2,00 |       |      |

$p < 0,05$

Tablo 9 incelendiğinde kadın taraftarların medeni durumu ile özdeşleşme düzeyi ( $t = -4,37$ ;  $p = ,00$ ) arasında istatistiksel olarak bekârların lehine anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır ( $p < 0,05$ ).

**Tablo 10.** Kadın Taraftarların Sahip Olduğu Çocuk Sayısı İle Dışsal Gündü Alt Boyutları Arasındaki İlişki

|              |   | Sosyal Paylaşım | Popülerite | Aile Bağları | Medya Etkisi | Etik Değerler | Bahis İmkânları | Oyun bilgisi | Kültürel Gelişim | Estetik Değerler |
|--------------|---|-----------------|------------|--------------|--------------|---------------|-----------------|--------------|------------------|------------------|
| Çocuk Sayısı | R | -,31*           | -,33*      | -,25         | -,31*        | -,32*         | -,26            | -,23*        | -,11*            | -,27*            |
|              | P | 0,01            | 0,01       | 0,05         | 0,01         | 0,01          | 0,04            | 0,07         | 0,37             | 0,04             |
|              | N | 58              | 58         | 58           | 58           | 58            | 58              | 58           | 58               | 58               |

$p < 0,05$

Tablo 10 incelendiğinde kadın taraftarların sahip olduğu çocuk sayısı ile dışsal gündü alt boyutlarından; sosyal paylaşım ( $r = -,31$ ), popülerite ( $r = -,33$ ), medya etkisi ( $r = -,31$ ), etik değerler ( $r = -,32$ ), oyun bilgisi ( $r = -,23$ ), kültürel gelişim ( $r = -,11$ ) ve estetik değerler ( $r = -,27$ ) arasında negatif yöne ve düşük düzeyde bir ilişki olduğu saptanmıştır.

**Tablo 11.** Kadın Taraftarların Sahip Olduğu Çocuk Sayısı İle İçsel GÜdü Alt Boyutları Arasındaki İlişki

|              |   | Milli Duygular | Spor Tutkusu | Rekabet Duygusu | Taraftarlık | Yerel Bağlılık | Beceri Düzeyi | Rahatlama |
|--------------|---|----------------|--------------|-----------------|-------------|----------------|---------------|-----------|
| Çocuk Sayısı | r | -,14           | -,26*        | -,31*           | -,22        | -,28*          | -,30*         | -,28*     |
|              | p | 0,27           | 0,04         | 0,01            | 0,09        | 0,03           | 0,02          | 0,02      |
|              | n | 58             | 58           | 58              | 58          | 58             | 58            | 58        |

p<0,05

Tablo 11 incelendiğinde kadın taraftarların sahip olduğu çocuk sayısı ile içsel güdü alt boyutlarından; spor tutkusu ( $r=-,26$ ), rekabet duygusu ( $r=-,31$ ), yerel bağlılık ( $r=-,28$ ), beceri düzeyi ( $r=-,30$ ) ve rahatlama ( $r=-,28$ ) arasında negatif yönde ve düşük düzeyde bir ilişki olduğu saptanmıştır.

**Tablo 12.** Kadın Taraftarların Sahip Olduğu Çocuk Sayısı İle Özdeşleşme Düzeyi Arasındaki İlişki

|              |   | Özdeşleşme |
|--------------|---|------------|
| Çocuk Sayısı | r | -,40**     |
|              | p | 0,00       |
|              | n | 58         |

p<0,05

Tablo 12 incelendiğinde kadın taraftarların sahip olduğu çocuk sayısı ile özdeşleşme ( $r=-,40$ ) düzeyi arasında negatif bir ilişki olduğu saptanmıştır.

**Tablo 13.** Kadın Taraftarların Televizyon Programlarına Abonelikleri ile Dışsal GÜDÜ Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

| Abonelik         |       | n   | $\bar{x}$ | Ss   | t    | p    |
|------------------|-------|-----|-----------|------|------|------|
| Sosyal Paylaşım  | Evet  | 103 | 4,34      | 1,68 | 3,60 | 0,51 |
|                  | Hayır | 439 | 3,66      | 1,72 |      |      |
| Popülarite       | Evet  | 103 | 4,73      | 1,75 | 3,44 | 0,60 |
|                  | Hayır | 439 | 4,08      | 1,71 |      |      |
| Aile Bağları     | Evet  | 103 | 4,69      | 1,91 | 3,51 | 0,16 |
|                  | Hayır | 439 | 3,93      | 1,99 |      |      |
| Medya Etkisi     | Evet  | 103 | 4,28      | 1,75 | 4,31 | 0,60 |
|                  | Hayır | 439 | 3,45      | 1,75 |      |      |
| Etik Değerler    | Evet  | 103 | 3,50      | 1,96 | 0,39 | 0,73 |
|                  | Hayır | 439 | 3,41      | 1,94 |      |      |
| Bahis İmkânları  | Evet  | 103 | 1,88      | 1,59 | 2,33 | 0,48 |
|                  | Hayır | 439 | 1,54      | 1,28 |      |      |
| Oyun bilgisi     | Evet  | 103 | 5,16      | 1,57 | 3,83 | 0,01 |
|                  | Hayır | 439 | 4,41      | 1,83 |      |      |
| Kültürel Gelişim | Evet  | 103 | 4,41      | 1,68 | 2,06 | 0,20 |
|                  | Hayır | 439 | 4,00      | 1,81 |      |      |
| Estetik Değerler | Evet  | 103 | 5,09      | 1,73 | 2,86 | 0,02 |
|                  | Hayır | 439 | 4,48      | 2,00 |      |      |

$p < 0,05$

Tablo 13 incelendiğinde kadın taraftarların televizyon programlarına abonelikleri ile dışsal güdü alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır ( $p < 0,05$ ). Saptanan anlamlı farkın hangi gruptan kaynaklandığı incelendiğinde ise oyun bilgisi ( $t=3,38$ ;  $p=0,01$ ) ve estetik değerler ( $t=2,86$ ;  $p=0,02$ ) alt boyutlarından abonelikleri olan katılımcıların lehine bir fark tespit edilmiştir.

**Tablo 14.** Kadın Taraftarların Televizyon Programlarına Abonelikleri ile İçsel Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

|                 | Abonelik | n   | $\bar{x}$ | Ss   | t    | p    |
|-----------------|----------|-----|-----------|------|------|------|
| Milli Duygular  | Evet     | 103 | 5,62      | 1,90 | 1,68 | 0,46 |
|                 | Hayır    | 439 | 5,25      | 1,91 |      |      |
| Spor Tutkusu    | Evet     | 103 | 5,72      | 1,40 | 5,99 | 0,00 |
|                 | Hayır    | 439 | 4,46      | 2,02 |      |      |
| Rekabet Duygusu | Evet     | 103 | 6,31      | 1,16 | 4,75 | 0,00 |
|                 | Hayır    | 439 | 5,39      | 1,87 |      |      |
| Taraftarlık     | Evet     | 103 | 5,52      | 1,55 | 8,31 | 0,00 |
|                 | Hayır    | 439 | 3,73      | 2,04 |      |      |
| Yerel Bağlılık  | Evet     | 103 | 4,54      | 2,21 | 7,36 | 0,31 |
|                 | Hayır    | 439 | 2,85      | 2,06 |      |      |
| Beceri Düzeyi   | Evet     | 103 | 5,66      | 1,57 | 4,67 | 0,00 |
|                 | Hayır    | 439 | 4,66      | 2,03 |      |      |
| Rahatlama       | Evet     | 103 | 5,61      | 1,58 | 3,53 | 0,00 |
|                 | Hayır    | 439 | 4,89      | 1,92 |      |      |

$p < 0,05$

Tablo 14 incelendiğinde kadın taraftarların televizyon programlarına abonelikleri ile içsel güdü alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır ( $p < 0,05$ ). Saptanan anlamlı farkın hangi gruptan kaynaklandığı incelendiğinde ise spor tutkusu ( $t=5,99; p=0,00$ ), rekabet duygusu ( $t=4,75; p=0,00$ ), taraftarlık ( $t=8,31; p=0,00$ ), beceri düzeyi ( $t=4,67; p=0,00$ ) ve rahatlama ( $t=3,35; p=0,00$ ) alt boyutlarından abonelikleri olan katılımcıların puanının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 15.** Kadın Taraftarların Televizyon Programlarına Abonelikleri ile Özdeşleşme Düzeyine İlişkin Farklar

| Abonelik   |       | n   | $\bar{x}$ | Ss   | t    | p    |
|------------|-------|-----|-----------|------|------|------|
| Özdeşleşme | Evet  | 103 | 6,08      | 1,71 | 8,60 | 0,10 |
|            | Hayır | 439 | 4,30      | 1,92 |      |      |

$p < 0,05$

Tablo 15 incelendiğinde kadın taraftarların televizyon programlarına abonelikleri ile özdeşleşme düzeyi ( $t=8,60; p=0,10$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ( $p < 0,05$ ).

**Tablo 16.** Kadın Taraftarların Eğitim Düzeyi İle Dışsal Günü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

| Alt Boyutlar    | Bölümler          | n   | $\bar{x}$ | Ss   | Sd    | f    | p    | Etki Büyüklüğü | Gruplar Arası Fark                        |
|-----------------|-------------------|-----|-----------|------|-------|------|------|----------------|-------------------------------------------|
| Sosyal Paylaşım | Lise mezunu       | 50  | 3,92      | 1,84 | 2-539 | 4,07 | 0,01 | 0,01           |                                           |
|                 | Üniversite devam  | 266 | 3,97      | 1,65 |       |      |      |                |                                           |
|                 | Üniversite mezunu | 225 | 3,54      | 1,78 |       |      |      |                |                                           |
| Popülerite      | Lise mezunu       | 50  | 4,35      | 2,11 | 2-539 | 3,65 | 0,02 | 0,01           |                                           |
|                 | Üniversite devam  | 266 | 4,37      | 1,63 |       |      |      |                |                                           |
|                 | Üniversite mezunu | 225 | 3,96      | 1,74 |       |      |      |                |                                           |
| Aile Bağları    | Lise mezunu       | 50  | 4,50      | 1,93 | 2-539 | 1,55 | 0,21 | 0,00           |                                           |
|                 | Üniversite devam  | 266 | 4,09      | 1,94 |       |      |      |                |                                           |
|                 | Üniversite mezunu | 225 | 3,95      | 2,07 |       |      |      |                |                                           |
| Medya Etkisi    | Lise mezunu       | 50  | 3,81      | 1,86 | 2-539 | 9,59 | 0,00 | 0,03           | DevamEden> ÜniversiteMezun u              |
|                 | Üniversite devam  | 266 | 3,90      | 1,80 |       |      |      |                |                                           |
|                 | Üniversite mezunu | 225 | 3,22      | 1,67 |       |      |      |                |                                           |
| Etik Değerler   | Lise mezunu       | 50  | 3,88      | 2,26 | 2-539 | 11,4 | 0,00 | 0,04           | LiseMezun u> DevamEden> ÜniversiteMezun u |
|                 | Üniversite devam  | 266 | 3,73      | 1,95 |       |      |      |                |                                           |
|                 | Üniversite mezunu | 225 | 2,96      | 1,77 |       |      |      |                |                                           |
| Bahis İmkanları | Lise mezunu       | 50  | 2,11      | 1,83 | 2-539 | 4,19 | 0,01 | 0,01           |                                           |
|                 | Üniversite devam  | 266 | 1,58      | 1,29 |       |      |      |                |                                           |
|                 | Üniversite mezunu | 225 | 1,52      | 1,26 |       |      |      |                |                                           |
| Oyun Bilgisi    | Lise mezunu       | 50  | 4,73      | 1,75 | 2-539 | 12,7 | 0,00 | 0,04           | DevamEden> ÜniversiteMezun u              |
|                 | Üniversite devam  | 266 | 4,90      | 1,67 |       |      |      |                |                                           |
|                 | Üniversite mezunu | 225 | 4,10      | 1,89 |       |      |      |                |                                           |

|                     |                   |     |      |      |       |      |      |      |                                    |
|---------------------|-------------------|-----|------|------|-------|------|------|------|------------------------------------|
| Kültürel<br>Gelişim | Lise mezunu       | 50  | 4,46 | 1,72 | 2-539 | 5,88 | 0,01 | 0,01 |                                    |
|                     | Üniversite devam  | 266 | 4,22 | 1,78 |       |      |      |      |                                    |
|                     | Üniversite mezunu | 225 | 3,83 | 1,79 |       |      |      |      |                                    |
| Estetik<br>Değerler | Lise mezunu       | 50  | 4,70 | 1,88 | 2-539 | 4,26 | 0,00 | 0,02 | DevamEden><br>ÜniversiteMezun<br>u |
|                     | Üniversite devam  | 266 | 4,86 | 1,83 |       |      |      |      |                                    |
|                     | Üniversite mezunu | 225 | 4,26 | 2,08 |       |      |      |      |                                    |

p<0,00

Tablo 16 incelendiğinde kadın taraftarların eğitim düzeyi ile dışsal güdü alt boyutlarından; oyun bilgisi, etik değerler, medya etkisi ve estetik değerler boyutları arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir (p<0,00). Anlamlı farklılık tespit edilen oyun bilgisi, estetik değerler ve medya etkisi alt boyutlarında lise ve üniversiteye devam edenlerin, etik değerler alt boyutunda ise lise mezunu katılımcıların aritmetik ortalamalarının daha yüksek, üniversite mezunlarının ise daha düşük olduğu görülmektedir. Anlamlı fark çıkan alt boyutlardan etik değer ve oyun bilgisi alt boyutlarının etki değerleri diğer boyutlara göre daha yüksek tespit edilmiştir.

**Tablo 17.** Kadın Taraftarların Eğitim Düzeyi İle İçsel Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

| Alt Boyutlar    | Bölümler          | n   | $\bar{x}$ | Ss   | Sd    | f    | p    | Etki Büyüklüğü | Gruplar Arası Fark                                  |
|-----------------|-------------------|-----|-----------|------|-------|------|------|----------------|-----------------------------------------------------|
| Milli Duygular  | Lise mezunu       | 51  | 5,46      | 1,87 | 2-539 | 1,30 | 0,35 | 0,00           |                                                     |
|                 | Üniversite devam  | 266 | 5,41      | 1,85 |       |      |      |                |                                                     |
|                 | Üniversite mezunu | 225 | 5,18      | 2,00 |       |      |      |                |                                                     |
| Spor Tutkusu    | Lise mezunu       | 51  | 4,88      | 1,97 | 2-539 | 13,2 | 0,00 | 0,04           | DevamEden><br>ÜniversiteMezun<br>unu                |
|                 | Üniversite devam  | 266 | 5,09      | 1,82 |       |      |      |                |                                                     |
|                 | Üniversite mezunu | 225 | 4,19      | 2,07 |       |      |      |                |                                                     |
| Rekabet Duygusu | Lise mezunu       | 51  | 5,72      | 1,80 | 2-539 | 12,6 | 0,00 | 0,04           | DevamEden><br>ÜniversiteMezun<br>unu                |
|                 | Üniversite devam  | 266 | 5,91      | 1,49 |       |      |      |                |                                                     |
|                 | Üniversite mezunu | 225 | 5,12      | 2,01 |       |      |      |                |                                                     |
| Taraftarlık     | Lise mezunu       | 51  | 4,84      | 1,96 | 2-539 | 14,3 | 0,00 | 0,05           | LiseMezunu><br>DevamEden><br>ÜniversiteMezun<br>unu |
|                 | Üniversite devam  | 266 | 4,38      | 1,98 |       |      |      |                |                                                     |
|                 | Üniversite mezunu | 225 | 3,54      | 2,10 |       |      |      |                |                                                     |

|                |                   |     |      |      |       |      |      |      |                                         |
|----------------|-------------------|-----|------|------|-------|------|------|------|-----------------------------------------|
| Yerel Bağlılık | Lise mezunu       | 51  | 3,66 | 2,20 | 2-539 | 5,97 | 0,00 | 0,02 | LiseMezunu> DevamEden> ÜniversiteMezunu |
|                | Üniversite devam  | 266 | 3,39 | 2,18 |       |      |      |      |                                         |
|                | Üniversite mezunu | 225 | 2,80 | 2,15 |       |      |      |      |                                         |
| Beceri Düzeyi  | Lise mezunu       | 51  | 5,10 | 2,05 | 2-539 | 9,41 | 0,00 | 0,03 | DevamEden> ÜniversiteMezunu             |
|                | Üniversite devam  | 266 | 5,17 | 1,81 |       |      |      |      |                                         |
|                | Üniversite mezunu | 225 | 4,42 | 2,09 |       |      |      |      |                                         |
| Rahatlama      | Lise mezunu       | 51  | 5,20 | 1,98 | 2-539 | 9,22 | 0,00 | 0,03 | DevamEden> ÜniversiteMezunu             |
|                | Üniversite devam  | 266 | 5,33 | 1,64 |       |      |      |      |                                         |
|                | Üniversite mezunu | 225 | 4,62 | 2,05 |       |      |      |      |                                         |

p<0,00

Tablo 17 incelendiğinde kadın taraftarların eğitim düzeyi ile içsel güdü alt boyutları olan spor tutkusu, rekabet duygusu, taraftarlık, yerel bağlılık, beceri düzeyi ve rahatlama alt boyutları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır (p<0,00). Farklılıklar sonucunda spor tutkusu, rekabet duygusu, beceri düzeyi ve rahatlama alt boyutlarında lise ve üniversiteye devam eden, taraftarlık ve yerel bağlılık alt boyutlarında lise mezunu olan katılımcıların lehine, üniversite mezunlarının ise aleyhine bir fark bulunmuştur.

**Tablo 18.** Kadın Taraftarların Eğitim Düzeyi ile Özdeşleşme Düzeyine İlişkin Farklar

|            | Bölümler          | n   | $\bar{x}$ | Ss   | f    | p    | Gruplar Arası Farklar                   |
|------------|-------------------|-----|-----------|------|------|------|-----------------------------------------|
| Özdeşleşme | Lise mezunu       | 51  | 5,06      | 2,09 | 15,5 | 0,00 | LiseMezunu> DevamEden> ÜniversiteMezunu |
|            | Üniversite devam  | 266 | 5,03      | 1,90 |      |      |                                         |
|            | Üniversite mezunu | 225 | 4,08      | 1,99 |      |      |                                         |

p<0,00

Tablo 18 incelendiğinde kadın taraftarların eğitim düzeyi ile özdeşleşme düzeyleri (p=0,00) arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur (p<0,05). Anlamlı farklılık sonucunda lise mezunu katılımcıların puanları, üniversite mezunu katılımcıların puanlarına göre daha yüksek çıkmıştır.

**Tablo 19.** Kadın Taraftarların Mesleği İle Dışsal GÜDÜ Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

| Alt Boyutlar     | Bölümler       | n   | $\bar{x}$ | Ss   | Sd    | f    | p    | Etki Büyüklüğü | Gruplar Arası Fark                   |
|------------------|----------------|-----|-----------|------|-------|------|------|----------------|--------------------------------------|
| Sosyal Paylaşım  | Öğrenci        | 240 | 4,04      | 1,70 |       |      |      |                | Öğrenci> KamuÇalışanı                |
|                  | Kamu Çalışanı  | 246 | 3,54      | 1,69 | 2-538 | 4,99 | 0,00 | 0,01           |                                      |
|                  | Serbest Meslek | 55  | 3,80      | 1,96 |       |      |      |                |                                      |
| Popülerite       | Öğrenci        | 240 | 4,45      | 1,74 |       |      |      |                |                                      |
|                  | Kamu Çalışanı  | 246 | 3,98      | 1,65 | 2-538 | 4,69 | 0,01 | 0,01           |                                      |
|                  | Serbest Meslek | 55  | 4,06      | 1,96 |       |      |      |                |                                      |
| Aile Bağları     | Öğrenci        | 240 | 4,13      | 1,95 |       |      |      |                |                                      |
|                  | Kamu Çalışanı  | 246 | 3,94      | 2,03 | 2-538 | 1,52 | 0,21 | 0,00           |                                      |
|                  | Serbest Meslek | 55  | 4,43      | 2,06 |       |      |      |                |                                      |
| Medya Etkisi     | Öğrenci        | 240 | 3,88      | 1,80 |       |      |      |                | Öğrenci> KamuÇalışanı                |
|                  | Kamu Çalışanı  | 246 | 3,36      | 1,68 | 2-538 | 5,35 | 0,00 | 0,02           |                                      |
|                  | Serbest Meslek | 55  | 3,55      | 1,99 |       |      |      |                |                                      |
| Etik Değerler    | Öğrenci        | 240 | 3,81      | 2,01 |       |      |      |                | Öğrenci> KamuÇalışanı                |
|                  | Kamu Çalışanı  | 246 | 3,00      | 1,77 | 2-538 | 11,4 | 0,00 | 0,04           |                                      |
|                  | Serbest Meslek | 55  | 3,65      | 2,06 |       |      |      |                |                                      |
| Bahis İmkanları  | Öğrenci        | 240 | 1,63      | 1,35 |       |      |      |                |                                      |
|                  | Kamu Çalışanı  | 246 | 1,50      | 1,28 | 2-538 | 2,93 | 0,05 | 0,01           |                                      |
|                  | Serbest Meslek | 55  | 1,98      | 1,55 |       |      |      |                |                                      |
| Oyun Bilgisi     | Öğrenci        | 240 | 4,93      | 1,65 |       |      |      |                | Öğrenci> KamuÇalışanı                |
|                  | Kamu Çalışanı  | 246 | 4,23      | 1,87 | 2-538 | 9,64 | 0,00 | 0,03           |                                      |
|                  | Serbest Meslek | 55  | 4,36      | 1,92 |       |      |      |                |                                      |
| Kültürel Gelişim | Öğrenci        | 240 | 4,20      | 1,75 |       |      |      |                |                                      |
|                  | Kamu Çalışanı  | 246 | 3,93      | 1,77 | 2-538 | 1,55 | 0,21 | 0,00           |                                      |
|                  | Serbest Meslek | 55  | 4,24      | 1,99 |       |      |      |                |                                      |
| Estetik Değerler | Öğrenci        | 240 | 4,86      | 1,77 |       |      |      |                | SerbestMeslek> Öğrenci>Kamu Çalışanı |
|                  | Kamu Çalışanı  | 246 | 4,25      | 2,08 | 2-538 | 6,75 | 0,00 | 0,02           |                                      |
|                  | Serbest Meslek | 55  | 4,92      | 1,98 |       |      |      |                |                                      |

$p<0,00$

Tablo 19 incelendiğinde kadın taraftarların mesleği ile dışsal güdü alt boyutları; sosyal paylaşım, medya etkisi, etik değerler, oyun bilgisi ve estetik değerler arasında anlamlı bir fark görülmektedir ( $p<0,00$ ). Anlamlı farklılık tespit edilen sosyal paylaşım, medya etkisi, etik değerler ve oyun bilgisi alt boyutlarında öğrenci olan katılımcıların puanlarının daha yüksek, estetik değerler alt boyutunda ise serbest meslekle uğraşan katılımcıların puanlarının daha yüksek olduğu saptanmıştır.

**Tablo 20.** Kadın Taraftarların Mesleği İle İçsel GÜdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

| Alt Boyutlar    | Bölümler       | n   | $\bar{x}$ | Ss   | Sd    | f    | p    | Etki Büyük lüğü | Gruplar Arası Fark   |
|-----------------|----------------|-----|-----------|------|-------|------|------|-----------------|----------------------|
| Milli Duygular  | Öğrenci        | 240 | 5,30      | 1,90 |       |      |      |                 |                      |
|                 | Kamu Çalışanı  | 246 | 5,31      | 1,93 | 2-538 | 0,05 | 0,94 | 0,00            |                      |
|                 | Serbest Meslek | 55  | 5,40      | 1,95 |       |      |      |                 |                      |
| Spor Tutkusu    | Öğrenci        | 240 | 5,08      | 1,81 |       |      |      |                 | Öğrenci>             |
|                 | Kamu Çalışanı  | 246 | 4,34      | 2,06 | 2-538 | 8,71 | 0,00 | 0,03            | KamuÇalışanı         |
|                 | Serbest Meslek | 55  | 4,64      | 2,09 |       |      |      |                 |                      |
| Rekabet Duygusu | Öğrenci        | 240 | 5,94      | 1,46 |       |      |      |                 | Öğrenci>             |
|                 | Kamu Çalışanı  | 246 | 5,25      | 1,93 | 2-538 | 9,64 | 0,00 | 0,03            | KamuÇalışanı         |
|                 | Serbest Meslek | 55  | 5,32      | 2,15 |       |      |      |                 |                      |
| Taraftarlık     | Öğrenci        | 240 | 4,45      | 2,00 |       |      |      |                 | SerbestMeslek>       |
|                 | Kamu Çalışanı  | 246 | 3,59      | 2,07 | 2-538 | 12,8 | 0,00 | 0,04            | Öğrenci>KamuÇalışanı |
|                 | Serbest Meslek | 55  | 4,61      | 2,03 |       |      |      |                 |                      |
| Yerel Bağlılık  | Öğrenci        | 240 | 3,40      | 2,18 |       |      |      |                 |                      |
|                 | Kamu Çalışanı  | 246 | 2,92      | 2,16 | 2-538 | 3,08 | 0,04 | 0,01            |                      |
|                 | Serbest Meslek | 55  | 3,32      | 2,30 |       |      |      |                 |                      |
| Beceri Düzeyi   | Öğrenci        | 240 | 5,18      | 1,79 |       |      |      |                 | Öğrenci>             |
|                 | Kamu Çalışanı  | 246 | 4,57      | 2,09 | 2-538 | 6,05 | 0,00 | 0,02            | KamuÇalışanı         |
|                 | Serbest Meslek | 55  | 4,69      | 2,15 |       |      |      |                 |                      |
| Rahatlama       | Öğrenci        | 240 | 5,32      | 1,70 |       |      |      |                 | Öğrenci>             |
|                 | Kamu Çalışanı  | 246 | 4,73      | 1,99 | 2-538 | 6,03 | 0,00 | 0,02            | KamuÇalışanı         |
|                 | Serbest Meslek | 55  | 5,06      | 1,96 |       |      |      |                 |                      |

$p<0,00$

Tablo 20 incelendiğinde kadın taraftarların mesleği ile içsel güdü alt boyutlarından; spor tutkusu, rekabet duygusu, taraftarlık, beceri düzeyi ve rahatlama alt boyutları arasında anlamlı bir fark saptanmıştır ( $p<0,00$ ). Bu alt boyutlar incelendiğinde anlamlı farklılık tespit edilen spor tutkusu, rekabet duygusu, beceri düzeyi ve rahatlama alt boyutlarında öğrencilerin daha yüksek, taraftarlık alt boyutunda ise serbest meslekle ilgilenenlerin daha yüksek puanlarının olduğu görülmektedir.

**Tablo 21.** Kadın Taraftarların Mesleği İle Özdeşleşme Düzeyine İlişkin Farklar

|            | Bölümler       | n   | $\bar{x}$ | Ss   | f    | p    | Gruplar Arası Farklar |
|------------|----------------|-----|-----------|------|------|------|-----------------------|
| Özdeşleşme | Öğrenci        | 240 | 5,11      | 1,92 |      |      | Öğrenci>              |
|            | Kamu Çalışanı  | 246 | 4,16      | 1,98 | 14,3 | 0,00 | KamuÇalışanı          |
|            | Serbest Meslek | 55  | 4,71      | 2,04 |      |      |                       |

p<0,00

Tablo 21 incelendiğinde kadın taraftarların mesleği ile özdeşleşme düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmuştur (p<0,05). Anlamlı farklılık tespit edilen özdeşleşme düzeyinde öğrencilerin puanlarının kamu ve serbest meslek çalışanlarına oranla daha yüksek olduğu saptanmıştır.

**Tablo 22.** Kadın Taraftarların Spor Yapma Sıklığı İle Dışsal Günü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

| Alt Boyutlar    | Bölümler        | n   | $\bar{x}$ | Ss   | Sd    | f    | p    | Etki Büyüklüğü | Gruplar Arası Fark                                        |
|-----------------|-----------------|-----|-----------|------|-------|------|------|----------------|-----------------------------------------------------------|
| Sosyal Paylaşım | Her gün         | 85  | 3,76      | 1,77 |       |      |      |                |                                                           |
|                 | Haftada iki kez | 168 | 4,02      | 1,68 |       |      |      |                |                                                           |
|                 | Ayda birkaç kez | 150 | 3,85      | 1,76 | 3-538 | 2,86 | 0,03 | 0,01           |                                                           |
|                 | Neredeyse hiç   | 139 | 3,45      | 1,73 |       |      |      |                |                                                           |
| Popülerite      | Her gün         | 85  | 3,70      | 1,79 |       |      |      |                |                                                           |
|                 | Haftada iki kez | 168 | 4,41      | 1,60 |       |      |      |                |                                                           |
|                 | Ayda birkaç kez | 150 | 4,55      | 1,68 | 3-538 | 6,86 | 0,00 | 0,03           | AydaBirkçaKz><br>HaftadaİkiKz><br>NeredeyseHiç><br>HerGün |
|                 | Neredeyse hiç   | 139 | 3,89      | 1,81 |       |      |      |                |                                                           |
| Aile Bağları    | Her gün         | 85  | 3,86      | 2,08 |       |      |      |                |                                                           |
|                 | Haftada iki kez | 168 | 4,14      | 1,94 |       |      |      |                |                                                           |
|                 | Ayda birkaç kez | 150 | 4,25      | 1,97 | 3-538 | 1,00 | 0,39 | 0,00           |                                                           |
|                 | Neredeyse hiç   | 139 | 3,93      | 2,04 |       |      |      |                |                                                           |
| Medya Etkisi    | Her gün         | 85  | 3,16      | 1,81 |       |      |      |                |                                                           |
|                 | Haftada iki kez | 168 | 3,98      | 1,72 |       |      |      |                |                                                           |
|                 | Ayda birkaç kez | 150 | 3,66      | 1,70 | 3-538 | 5,11 | 0,00 | 0,02           | AydaBirkçaKz><br>HaftadaİkiKz><br>NeredeyseHiç><br>HerGün |
|                 | Neredeyse hiç   | 139 | 3,39      | 1,83 |       |      |      |                |                                                           |
| Etik Değerler   | Her gün         | 85  | 3,38      | 1,97 |       |      |      |                |                                                           |
|                 | Haftada iki kez | 168 | 3,66      | 1,88 |       |      |      |                |                                                           |
|                 | Ayda birkaç kez | 150 | 3,50      | 1,94 | 3-538 | 2,28 | 0,07 | 0,01           |                                                           |
|                 | Neredeyse hiç   | 139 | 3,09      | 1,99 |       |      |      |                |                                                           |

|                     |                 |     |      |      |       |      |      |      |                |
|---------------------|-----------------|-----|------|------|-------|------|------|------|----------------|
| Bahis<br>İmkanları  | Her gün         | 85  | 1,60 | 1,42 |       |      |      |      |                |
|                     | Haftada iki kez | 168 | 1,58 | 1,25 |       |      |      |      |                |
|                     | Ayda birkaç kez | 150 | 1,53 | 1,19 | 3-538 | 0,50 | 0,67 | 0,00 |                |
|                     | Neredeyse hiç   | 139 | 1,72 | 1,56 |       |      |      |      |                |
| Oyun<br>Bilgisi     | Her gün         | 85  | 4,60 | 1,86 |       |      |      |      | HaftadaİkiKez> |
|                     | Haftada iki kez | 168 | 4,94 | 1,71 |       |      |      |      | NeredeyseHiç   |
|                     | Ayda birkaç kez | 150 | 4,49 | 1,68 | 3-538 | 5,13 | 0,00 | 0,02 |                |
|                     | Neredeyse hiç   | 139 | 4,14 | 1,93 |       |      |      |      |                |
| Kültürel<br>Gelişim | Her gün         | 85  | 4,51 | 1,91 |       |      |      |      | NeredeyseHiç>  |
|                     | Haftada iki kez | 168 | 4,30 | 1,70 |       |      |      |      | HerGün>        |
|                     | Ayda birkaç kez | 150 | 4,11 | 1,70 | 3-538 | 7,22 | 0,00 | 0,03 | HaftadaİkiKez> |
|                     | Neredeyse hiç   | 139 | 4,52 | 1,80 |       |      |      |      | AydaBirkaçKez> |
| Estetik<br>Değerler | Her gün         | 85  | 4,91 | 1,89 |       |      |      |      | HaftadaİkiKez> |
|                     | Haftada iki kez | 168 | 5,05 | 1,86 |       |      |      |      | HerGün>        |
|                     | Ayda birkaç kez | 150 | 4,41 | 1,97 | 3-538 | 8,22 | 0,00 | 0,04 | NeredeyseHiç>  |
|                     | Neredeyse hiç   | 139 | 4,04 | 1,96 |       |      |      |      |                |

p<0,00

Tablo 22 incelendiğinde kadın taraftarların spor yapma sıklığı ile dışsal güdü alt boyutlarından, popülerite, medya etkisi, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerler boyutları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur (p<0,00). Bu farklılık popülerite, medya etkisi alt boyutlarında ayda birkaç kez, oyun bilgisi ve estetik değerler alt boyutlarında haftada iki kez, kültürel gelişim alt boyutunda ise neredeyse hiç cevabını veren katılımcıların puanları daha yüksek çıkmıştır.

**Tablo 23.** Kadın Taraftarların Spor Yapma Sıklığı İle İçsel Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

| Alt Boyutlar   | Bölümler        | n   | $\bar{x}$ | Ss   | Sd    | f    | p    | Etki Büyüklüğü | Gruplar Arası Fark |
|----------------|-----------------|-----|-----------|------|-------|------|------|----------------|--------------------|
| Milli Duygular | Her gün         | 85  | 5,60      | 1,77 |       |      |      |                |                    |
|                | Haftada iki kez | 168 | 5,52      | 1,78 |       |      |      |                |                    |
|                | Ayda birkaç kez | 150 | 5,12      | 1,91 | 3-538 | 2,29 | 0,07 | 0,01           |                    |
|                | Neredeyse hiç   | 139 | 5,11      | 2,12 |       |      |      |                |                    |
| Spor Tutkusu   | Her gün         | 85  | 5,70      | 1,75 |       |      |      |                | HerGün>            |
|                | Haftada iki kez | 168 | 5,38      | 1,72 |       |      |      |                | HaftadaİkiKez>     |
|                | Ayda birkaç kez | 150 | 4,42      | 1,84 | 3-538 | 36,0 | 0,00 | 0,16           | AydaBirkaçKez>     |
|                | Neredeyse hiç   | 139 | 3,55      | 1,93 |       |      |      |                | NeredeyseHiç       |

|                    |                 |     |      |      |       |      |      |      |                |
|--------------------|-----------------|-----|------|------|-------|------|------|------|----------------|
| Rekabet<br>Duygusu | Her gün         | 85  | 6,05 | 1,52 |       |      |      |      | HerGün>        |
|                    | Haftada iki kez | 168 | 5,88 | 1,56 |       |      |      |      | HaftadaİkiKez> |
|                    | Ayda birkaç kez | 150 | 5,54 | 1,75 | 3-538 | 10,4 | 0,00 | 0,05 | AydaBirkaçKez> |
|                    | Neredeyse hiç   | 139 | 4,91 | 2,05 |       |      |      |      | NeredeyseHiç   |
| Taraftarlık        | Her gün         | 85  | 4,00 | 2,23 |       |      |      |      |                |
|                    | Haftada iki kez | 168 | 4,30 | 2,00 |       |      |      |      |                |
|                    | Ayda birkaç kez | 150 | 4,18 | 2,04 | 3-538 | 2,19 | 0,08 | 0,01 |                |
|                    | Neredeyse hiç   | 139 | 3,72 | 2,09 |       |      |      |      |                |
| Yerel<br>Bağlılık  | Her gün         | 85  | 3,23 | 2,22 |       |      |      |      |                |
|                    | Haftada iki kez | 168 | 3,52 | 2,27 |       |      |      |      |                |
|                    | Ayda birkaç kez | 150 | 3,03 | 2,07 | 3-538 | 2,65 | 0,04 | 0,01 |                |
|                    | Neredeyse hiç   | 139 | 2,85 | 2,14 |       |      |      |      |                |
| Beceri<br>Düzeyi   | Her gün         | 85  | 5,12 | 1,85 |       |      |      |      | HaftadaİkiKez> |
|                    | Haftada iki kez | 168 | 5,39 | 1,76 |       |      |      |      | HerGün>        |
|                    | Ayda birkaç kez | 150 | 4,79 | 1,94 | 3-538 | 12,0 | 0,00 | 0,06 | AydaBirkaçKez> |
|                    | Neredeyse hiç   | 139 | 4,10 | 2,13 |       |      |      |      | NeredeyseHiç   |
| Rahatlama          | Her gün         | 85  | 5,11 | 1,92 |       |      |      |      | HaftadaİkiKez> |
|                    | Haftada iki kez | 168 | 5,38 | 1,67 |       |      |      |      | NeredeyseHiç   |
|                    | Ayda birkaç kez | 150 | 4,89 | 1,77 | 3-538 | 3,93 | 0,00 | 0,02 |                |
|                    | Neredeyse hiç   | 139 | 4,68 | 2,12 |       |      |      |      |                |

p<0,00

Tablo 23 incelendiğinde kadın taraftarların spor yapma sıklığı ile içsel güdü alt boyutlarından; spor tutkusu, rekabet, beceri düzeyi ve rahatlama alt boyutları arasında anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır (p<0,00). Anlamlı farklılıklar spor tutkusu ve rekabet duygusu alt boyutunda her gün iken beceri düzeyi ve rahatlama alt boyutlarında haftada iki kez spor yapanların lehine çıkmıştır.

**Tablo 24.** Kadın Taraftarların Spor Yapma Sıklığı İle Özdeşleşme Düzeyine İlişkin Farklar

|            | Bölümler        | n   | $\bar{x}$ | Ss   | f    | p    |
|------------|-----------------|-----|-----------|------|------|------|
| Özdeşleşme | Her gün         | 85  | 4,77      | 2,13 | 2,12 | 0,09 |
|            | Haftada iki kez | 168 | 4,84      | 1,92 |      |      |
|            | Ayda birkaç kez | 150 | 4,67      | 1,93 |      |      |
|            | Neredeyse hiç   | 139 | 4,29      | 2,10 |      |      |

p<0,00

Tablo 24 incelendiğinde kadın taraftarların spor yapma sıklığı ile özdeşleşme düzeyi arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır (p<0,05).

**Tablo 25.** Kadın Taraftarların Spor Seyretme Sıklığı İle Dışsal GÜdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

| Alt Boyutlar     | Bölümler        | n   | $\bar{x}$ | Ss   | Sd    | f    | p    | Etki Büyük lüğü | Gruplar Arası Fark |
|------------------|-----------------|-----|-----------|------|-------|------|------|-----------------|--------------------|
| Sosyal Paylaşım  | Her gün         | 70  | 4,51      | 1,89 |       |      |      |                 | HerGün>            |
|                  | Haftada iki kez | 110 | 4,17      | 1,58 |       |      |      |                 | HaftadalkiKez>     |
|                  | Ayda birkaç kez | 213 | 3,79      | 1,68 | 3-538 | 13,1 | 0,00 | 0,06            | AydaBirkaçKez>     |
|                  | Neredeyse hiç   | 149 | 3,16      | 1,64 |       |      |      |                 | NeredeyseHiç       |
| Popülerite       | Her gün         | 70  | 4,49      | 1,95 |       |      |      |                 | HaftadalkiKez>     |
|                  | Haftada iki kez | 110 | 4,50      | 1,60 |       |      |      |                 | HerGün>            |
|                  | Ayda birkaç kez | 213 | 4,36      | 1,67 | 3-538 | 8,13 | 0,00 | 0,04            | AydaBirkaçKez>     |
|                  | Neredeyse hiç   | 149 | 3,62      | 1,70 |       |      |      |                 | NeredeyseHiç       |
| Aile Bağları     | Her gün         | 70  | 4,28      | 1,99 |       |      |      |                 | HaftadalkiKez>     |
|                  | Haftada iki kez | 110 | 4,53      | 1,89 |       |      |      |                 | HerGün>            |
|                  | Ayda birkaç kez | 213 | 4,25      | 2,00 | 3-538 | 9,42 | 0,00 | 0,05            | AydaBirkaçKez>     |
|                  | Neredeyse hiç   | 149 | 3,36      | 1,92 |       |      |      |                 | NeredeyseHiç       |
| Medya Etkisi     | Her gün         | 70  | 4,10      | 2,05 |       |      |      |                 | HerGün>            |
|                  | Haftada iki kez | 110 | 3,91      | 1,79 |       |      |      |                 | HaftadalkiKez>     |
|                  | Ayda birkaç kez | 213 | 3,80      | 1,68 | 3-538 | 12,4 | 0,00 | 0,06            | AydaBirkaçKez>     |
|                  | Neredeyse hiç   | 149 | 2,89      | 1,57 |       |      |      |                 | NeredeyseHiç       |
| Etik Değerler    | Her gün         | 70  | 3,60      | 2,10 |       |      |      |                 | AydaBirkaçKez>     |
|                  | Haftada iki kez | 110 | 3,56      | 1,85 |       |      |      |                 | HerGün>            |
|                  | Ayda birkaç kez | 213 | 3,89      | 1,90 | 3-538 | 14,2 | 0,00 | 0,07            | HaftadalkiKez>     |
|                  | Neredeyse hiç   | 149 | 2,60      | 1,75 |       |      |      |                 | NeredeyseHiç       |
| Bahis İmkanları  | Her gün         | 70  | 2,44      | 2,09 |       |      |      |                 | HerGün>            |
|                  | Haftada iki kez | 110 | 1,47      | 1,03 |       |      |      |                 | NeredeyseHiç       |
|                  | Ayda birkaç kez | 213 | 1,53      | 1,19 | 3-538 | 11,0 | 0,00 | 0,05            |                    |
|                  | Neredeyse hiç   | 149 | 1,41      | 1,18 |       |      |      |                 |                    |
| Oyun Bilgisi     | Her gün         | 70  | 5,43      | 1,57 |       |      |      |                 | HerGün>            |
|                  | Haftada iki kez | 110 | 5,07      | 1,57 |       |      |      |                 | HaftadalkiKez>     |
|                  | Ayda birkaç kez | 213 | 4,96      | 1,50 | 3-538 | 51,3 | 0,00 | 0,22            | AydaBirkaçKez>     |
|                  | Neredeyse hiç   | 149 | 3,19      | 1,76 |       |      |      |                 | NeredeyseHiç       |
| Kültürel Gelişim | Her gün         | 70  | 4,93      | 1,78 |       |      |      |                 | HerGün>            |
|                  | Haftada iki kez | 110 | 4,44      | 1,64 |       |      |      |                 | HaftadalkiKez>     |
|                  | Ayda birkaç kez | 213 | 4,31      | 1,63 | 3-538 | 43,5 | 0,00 | 0,13            | AydaBirkaçKez>     |
|                  | Neredeyse hiç   | 149 | 3,08      | 1,70 |       |      |      |                 | NeredeyseHiç       |
| Estetik Değerler | Her gün         | 70  | 5,67      | 1,71 |       |      |      |                 | HerGün>            |
|                  | Haftada iki kez | 110 | 5,17      | 1,57 |       |      |      |                 | HaftadalkiKez>     |
|                  | Ayda birkaç kez | 213 | 4,88      | 1,79 | 3-538 | 26,7 | 0,00 | 0,19            | AydaBirkaçKez>     |
|                  | Neredeyse hiç   | 149 | 3,24      | 1,89 |       |      |      |                 | NeredeyseHiç       |

p<0,00

Tablo 25 incelendiğinde kadın taraftarların sporu seyretme sıklığı ile dışsal güdü alt boyutları olan, sosyal paylaşım, popülerite, aile bağları, medya etkisi, etik değerler, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p<0,00$ ). Bu anlamlı farklılık popülerite ve aile bağları alt boyutlarında haftada iki kez, etik değerler alt boyutunda ayda birkaç kez, sosyal paylaşım, medya etkisi, bahis imkanları, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerler alt boyutlarında ise her gün cevabını veren katılımcıların puanları daha yüksek çıkmıştır.

**Tablo 26.** Kadın Taraftarların Spor Seyretme Sıklığı İle İçsel Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

| Alt Boyutlar    | Bölümler        | n   | $\bar{x}$ | Ss   | Sd    | f     | p    | Etki Büy | Gruplar Arası Fark |
|-----------------|-----------------|-----|-----------|------|-------|-------|------|----------|--------------------|
| Milli Duygular  | Her gün         | 70  | 6,06      | 1,53 |       |       |      |          | HerGün>            |
|                 | Haftada iki kez | 110 | 5,70      | 1,72 |       |       |      |          | HaftadaİkiKez>     |
|                 | Ayda birkaç kez | 213 | 5,36      | 1,85 | 3-538 | 12,2  | 0,00 | 0,06     | AydaBirkaçKez>     |
|                 | Neredeyse hiç   | 149 | 4,62      | 2,09 |       |       |      |          | NeredeyseHiç       |
| Spor Tutkusu    | Her gün         | 70  | 6,58      | 0,87 |       |       |      |          | HerGün>            |
|                 | Haftada iki kez | 110 | 5,74      | 1,44 |       |       |      |          | HaftadaİkiKez>     |
|                 | Ayda birkaç kez | 213 | 4,87      | 1,61 | 3-538 | 132,7 | 0,00 | 0,42     | AydaBirkaçKez>     |
|                 | Neredeyse hiç   | 149 | 2,80      | 1,63 |       |       |      |          | NeredeyseHiç       |
| Rekabet Duygusu | Her gün         | 70  | 6,60      | 0,86 |       |       |      |          | HerGün>            |
|                 | Haftada iki kez | 110 | 6,30      | 1,13 |       |       |      |          | HaftadaİkiKez>     |
|                 | Ayda birkaç kez | 213 | 5,93      | 1,37 | 3-538 | 78,3  | 0,00 | 0,30     | AydaBirkaçKez>     |
|                 | Neredeyse hiç   | 149 | 4,00      | 2,05 |       |       |      |          | NeredeyseHiç       |
| Taraftarlık     | Her gün         | 70  | 5,66      | 1,71 |       |       |      |          | HerGün>            |
|                 | Haftada iki kez | 110 | 5,32      | 1,67 |       |       |      |          | HaftadaİkiKez>     |
|                 | Ayda birkaç kez | 213 | 4,03      | 1,83 | 3-538 | 80,8  | 0,00 | 0,31     | AydaBirkaçKez>     |
|                 | Neredeyse hiç   | 149 | 2,47      | 1,62 |       |       |      |          | NeredeyseHiç       |
| Yerel Bağlılık  | Her gün         | 70  | 4,80      | 2,22 |       |       |      |          | HerGün>            |
|                 | Haftada iki kez | 110 | 3,64      | 2,35 |       |       |      |          | HaftadaİkiKez>     |
|                 | Ayda birkaç kez | 213 | 2,97      | 2,02 | 3-538 | 25,3  | 0,00 | 0,12     | AydaBirkaçKez>     |
|                 | Neredeyse hiç   | 149 | 2,34      | 1,78 |       |       |      |          | NeredeyseHiç       |
| Beceri Düzeyi   | Her gün         | 70  | 6,14      | 1,40 |       |       |      |          | HerGün>            |
|                 | Haftada iki kez | 110 | 5,70      | 1,41 |       |       |      |          | HaftadaİkiKez>     |
|                 | Ayda birkaç kez | 213 | 5,13      | 1,73 | 3-538 | 70,9  | 0,00 | 0,28     | AydaBirkaçKez>     |
|                 | Neredeyse hiç   | 149 | 3,22      | 1,91 |       |       |      |          | NeredeyseHiç       |
| Rahatlama       | Her gün         | 70  | 6,05      | 1,41 |       |       |      |          | HerGün>            |
|                 | Haftada iki kez | 110 | 5,63      | 1,46 |       |       |      |          | HaftadaİkiKez>     |
|                 | Ayda birkaç kez | 213 | 5,35      | 1,56 | 3-538 | 51,3  | 0,00 | 0,22     | AydaBirkaçKez>     |
|                 | Neredeyse hiç   | 149 | 3,63      | 2,00 |       |       |      |          | NeredeyseHiç       |

$p<0,00$

Tablo 26 incelendiğinde kadın taraftarların sporu seyretme sıklığı ile içsel güdü alt boyutları, milli duygular, spor tutkusu, rekabet duygusu, taraftarlık, yerel bağlılık ve beceri düzeyi arasında istatistiksel açıdan bakıldığında anlamlı bir farklılık saptanmıştır ( $p<0,00$ ). Bu anlamlı farklılık içsel güdü alt boyutlarının tamamı için her gün cevabı veren katılımcıların lehine çıkmıştır.

**Tablo 27.** Kadın Taraftarların Spor Seyretme Sıklığı İle Özdeşleşme Düzeyine İlişkin Farklar

|            | Bölümler        | n   | $\bar{x}$ | Ss   | f     | P    | Gruplar Arası Farklar |
|------------|-----------------|-----|-----------|------|-------|------|-----------------------|
| Özdeşleşme | Her gün         | 70  | 6,54      | 1,49 | 109,2 | 0,00 | HerGün>               |
|            | Haftada iki kez | 110 | 5,88      | 1,53 |       |      | HaftadaİkiKez>        |
|            | Ayda birkaç kez | 213 | 4,52      | 1,57 |       |      | AydaBirkaçKez>        |
|            | Neredeyse hiç   | 149 | 3,00      | 1,69 |       |      | NeredeyseHiç          |

$p<0,00$

Tablo 27 incelendiğinde kadın taraftarların sporu seyretme sıklığı ile özdeşleşme düzeyi arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Bu anlamlı farklılığın nedeni olarak her gün spor seyreden katılımcıların puanları daha yüksek olması olarak saptanmıştır.

**Tablo 28.** Kadın Taraftarların Takip Ettikleri Branş İle Dışsal Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

| Alt Boyutlar    | Bölümler  | n   | $\bar{x}$ | Ss   | Sd    | f    | p    | Etki Büyük | Gruplar Arası Fark |
|-----------------|-----------|-----|-----------|------|-------|------|------|------------|--------------------|
| Sosyal Paylaşım | Futbol    | 427 | 3,69      | 1,73 | 2-538 | 3,96 | 0,01 | 0,01       |                    |
|                 | Voleybol  | 61  | 4,35      | 1,73 |       |      |      |            |                    |
|                 | Basketbol | 53  | 3,90      | 1,70 |       |      |      |            |                    |
| Popülarite      | Futbol    | 427 | 4,27      | 1,74 | 2-538 | 3,85 | 0,02 | 0,01       |                    |
|                 | Voleybol  | 61  | 4,27      | 1,76 |       |      |      |            |                    |
|                 | Basketbol | 53  | 3,57      | 1,57 |       |      |      |            |                    |
| Aile Bağları    | Futbol    | 427 | 4,09      | 1,98 | 2-538 | 0,58 | 0,55 | 0,00       |                    |
|                 | Voleybol  | 61  | 4,18      | 2,09 |       |      |      |            |                    |
|                 | Basketbol | 53  | 3,80      | 2,10 |       |      |      |            |                    |
| Medya Etkisi    | Futbol    | 427 | 3,65      | 1,77 | 2-538 | 0,62 | 0,53 | 0,00       |                    |
|                 | Voleybol  | 61  | 3,57      | 1,89 |       |      |      |            |                    |
|                 | Basketbol | 53  | 3,36      | 1,75 |       |      |      |            |                    |

|                  |           |     |      |      |       |      |      |      |                                   |
|------------------|-----------|-----|------|------|-------|------|------|------|-----------------------------------|
| Etik Değerler    | Futbol    | 427 | 3,12 | 1,83 | 2-538 | 28,6 | 0,00 | 0,09 | Voleybol><br>Basketbol><br>Futbol |
|                  | Voleybol  | 61  | 4,80 | 2,12 |       |      |      |      |                                   |
|                  | Basketbol | 53  | 4,32 | 1,71 |       |      |      |      |                                   |
| Bahis İmkanları  | Futbol    | 427 | 1,58 | 1,32 | 2-538 | 0,16 | 0,84 | 0,00 |                                   |
|                  | Voleybol  | 61  | 1,68 | 1,43 |       |      |      |      |                                   |
|                  | Basketbol | 53  | 1,63 | 1,64 |       |      |      |      |                                   |
| Oyun Bilgisi     | Futbol    | 427 | 4,35 | 1,80 | 2-538 | 13,6 | 0,00 | 0,04 | Voleybol><br>Basketbol><br>Futbol |
|                  | Voleybol  | 61  | 5,35 | 1,65 |       |      |      |      |                                   |
|                  | Basketbol | 53  | 5,30 | 1,61 |       |      |      |      |                                   |
| Kültürel Gelişim | Futbol    | 427 | 3,85 | 1,75 | 2-538 | 19,5 | 0,00 | 0,06 | Voleybol><br>Basketbol><br>Futbol |
|                  | Voleybol  | 61  | 5,25 | 1,83 |       |      |      |      |                                   |
|                  | Basketbol | 53  | 4,57 | 1,41 |       |      |      |      |                                   |
| Estetik Değerler | Futbol    | 427 | 4,38 | 1,97 | 2-538 | 13,1 | 0,00 | 0,04 | Voleybol><br>Basketbol><br>Futbol |
|                  | Voleybol  | 61  | 5,56 | 1,59 |       |      |      |      |                                   |
|                  | Basketbol | 53  | 5,21 | 1,87 |       |      |      |      |                                   |

p<0,00

Tablo 28 incelendiğinde kadın taraftarların takip ettikleri spor branşı ile dışsal güdü alt boyutlarından; etik değerler, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerler alt boyutları arasında anlamlı bir fark bulunmuştur (p<0,00). Anlamlılık tespit edilen etik değerler, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerler alt boyutlarında voleybol branşı, futbol ve basketbol branşına oranla daha yüksek puan almıştır.

**Tablo 29.** Kadın Taraftarların Takip Ettikleri Branş İle İçsel Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

| Alt Boyutlar    | Bölümler  | n   | $\bar{x}$ | Ss   | Sd    | f    | p    | Etki Büyük lüğü | Gruplar Arası Fark                |
|-----------------|-----------|-----|-----------|------|-------|------|------|-----------------|-----------------------------------|
| Milli Duygular  | Futbol    | 427 | 5,35      | 1,93 | 2-538 | 0,87 | 0,41 | 0,00            |                                   |
|                 | Voleybol  | 61  | 5,40      | 1,66 |       |      |      |                 |                                   |
|                 | Basketbol | 53  | 4,99      | 2,10 |       |      |      |                 |                                   |
| Spor Tutkusu    | Futbol    | 427 | 4,60      | 2,02 | 2-538 | 2,65 | 0,07 | 0,01            |                                   |
|                 | Voleybol  | 61  | 5,18      | 1,90 |       |      |      |                 |                                   |
|                 | Basketbol | 53  | 4,94      | 1,70 |       |      |      |                 |                                   |
| Rekabet Duygusu | Futbol    | 427 | 5,42      | 1,97 | 2-538 | 6,44 | 0,00 | 0,02            | Basketbol><br>Voleybol><br>Futbol |
|                 | Voleybol  | 61  | 6,02      | 1,46 |       |      |      |                 |                                   |
|                 | Basketbol | 53  | 6,18      | 1,26 |       |      |      |                 |                                   |
| Taraftarlık     | Futbol    | 427 | 4,15      | 2,10 | 2-538 | 1,57 | 0,20 | 0,00            |                                   |
|                 | Voleybol  | 61  | 3,79      | 2,11 |       |      |      |                 |                                   |
|                 | Basketbol | 53  | 3,74      | 1,87 |       |      |      |                 |                                   |

|                |           |     |      |      |       |      |      |      |            |
|----------------|-----------|-----|------|------|-------|------|------|------|------------|
| Yerel Bağlılık | Futbol    | 427 | 3,27 | 2,22 | 2-538 | 5,83 | 0,00 | 0,02 | Futbol>    |
|                | Voleybol  | 61  | 3,26 | 2,16 |       |      |      |      | Voleybol>  |
|                | Basketbol | 53  | 2,20 | 1,71 |       |      |      |      | Basketbol  |
| Beceri Düzeyi  | Futbol    | 427 | 4,64 | 2,00 | 2-538 | 11,5 | 0,00 | 0,04 | Voleybol>  |
|                | Voleybol  | 61  | 5,68 | 1,83 |       |      |      |      | Basketbol> |
|                | Basketbol | 53  | 5,57 | 1,68 |       |      |      |      | Futbol     |
| Rahatlama      | Futbol    | 427 | 4,84 | 1,93 | 2-538 | 10,0 | 0,00 | 0,03 | Basketbol> |
|                | Voleybol  | 61  | 5,63 | 1,66 |       |      |      |      | Voleybol>  |
|                | Basketbol | 53  | 5,81 | 2,10 |       |      |      |      | Futbol     |

$p<0,00$

Tablo 29 incelendiğinde kadın taraftarların takip ettikleri spor branşı ile içsel güdü alt boyutlarından; rekabet duygusu, yerel bağlılık, beceri düzeyi ve rahatlama alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ( $p<0,00$ ). Tespit edilen anlamlı farklılık rekabet duygusu ve rahatlama alt boyutlarında basketbol, yerel bağlılık alt boyutunda futbol, beceri düzeyi alt boyutunda ise voleybol branşlarının puanlarının daha yüksek olduğu saptanmıştır.

**Tablo 30.** Kadın Taraftarların Takip Ettikleri Branş İle Özdeşleşme Düzeylerine İlişkin Farklar

|            | Bölümler  | n   | $\bar{x}$ | Ss   | f    | p    | Gruplar Arası Farklar |
|------------|-----------|-----|-----------|------|------|------|-----------------------|
| Özdeşleşme | Futbol    | 427 | 4,75      | 2,06 | 3,21 | 0,04 | Futbol>               |
|            | Voleybol  | 61  | 4,16      | 1,74 |      |      | Voleybol>             |
|            | Basketbol | 53  | 4,29      | 1,76 |      |      | Basketbol             |

$p<0,05$

Tablo 30 incelendiğinde kadın taraftarların takip ettikleri spor branşı ile özdeşleşme düzeyi arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ). Anlamlı farklılık göz önüne alındığında futbol branşını takip eden katılımcıların puanlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 31.** Kadın Taraftarların Taraftarı Oldukları Takım İle Dışsal Güdü  
Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

| Alt Boyutlar    | Bölümler    | n   | $\bar{x}$ | Ss   | Sd    | f    | p    | Etki Büyüklüğü | Gruplar Arası Fark                                                |
|-----------------|-------------|-----|-----------|------|-------|------|------|----------------|-------------------------------------------------------------------|
| Sosyal Paylaşım | Milli Takım | 13  | 3,41      | 1,86 | 5-536 | 8,07 | 0,00 | 0,07           | Tabzonspor><br>Beşiktaş><br>Galatasaray><br>Fenerbahçe            |
|                 | Fenerbahçe  | 144 | 3,45      | 1,53 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Galatasaray | 142 | 3,46      | 1,56 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Beşiktaş    | 79  | 3,75      | 1,59 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Trabzon     | 74  | 4,77      | 1,95 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Diğer       | 90  | 4,13      | 1,90 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 |             |     |           |      |       |      |      |                |                                                                   |
| Popülarite      | Milli Takım | 13  | 3,94      | 1,84 | 5-536 | 1,51 | 0,18 | 0,01           |                                                                   |
|                 | Fenerbahçe  | 144 | 4,09      | 1,67 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Galatasaray | 142 | 4,15      | 1,71 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Beşiktaş    | 79  | 4,22      | 1,60 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Trabzon     | 74  | 4,70      | 1,85 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Diğer       | 90  | 4,07      | 1,84 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 |             |     |           |      |       |      |      |                |                                                                   |
| Aile Ba ları    | Milli Takım | 13  | 5,05      | 1,50 | 5-536 | 2,56 | 0,02 | 0,02           |                                                                   |
|                 | Fenerbahçe  | 144 | 4,07      | 1,93 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Galatasaray | 142 | 3,94      | 2,02 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Beşiktaş    | 79  | 4,00      | 1,85 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Trabzon     | 74  | 4,65      | 1,98 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Diğer       | 90  | 3,73      | 2,17 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 |             |     |           |      |       |      |      |                |                                                                   |
| Medya Etkisi    | Milli Takım | 13  | 3,38      | 1,92 | 5-536 | 1,60 | 0,15 | 0,01           |                                                                   |
|                 | Fenerbahçe  | 144 | 3,47      | 1,66 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Galatasaray | 142 | 3,67      | 1,71 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Beşiktaş    | 79  | 3,43      | 1,73 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Trabzon     | 74  | 4,11      | 1,97 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Diğer       | 90  | 3,52      | 1,89 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 |             |     |           |      |       |      |      |                |                                                                   |
| Etik Değerler   | Milli Takım | 13  | 3,94      | 2,12 | 5-536 | 6,90 | 0,00 | 0,06           | Diğer><br>Fenerbahçe><br>Galatasaray><br>Beşiktaş><br>Tabzonspor> |
|                 | Fenerbahçe  | 144 | 3,32      | 1,86 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Galatasaray | 142 | 3,27      | 1,95 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Beşiktaş    | 79  | 3,22      | 1,80 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Trabzon     | 74  | 2,86      | 1,60 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Diğer       | 90  | 4,42      | 2,11 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 |             |     |           |      |       |      |      |                |                                                                   |
| Bahis İmkanları | Milli Takım | 13  | 1,41      | 1,21 | 5-536 | 1,94 | 0,08 | 0,01           |                                                                   |
|                 | Fenerbahçe  | 144 | 1,59      | 1,31 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Galatasaray | 142 | 1,35      | 0,96 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Beşiktaş    | 79  | 1,75      | 1,54 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Trabzon     | 74  | 1,89      | 1,64 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Diğer       | 90  | 1,69      | 1,46 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 |             |     |           |      |       |      |      |                |                                                                   |
| Oyun Bilgisi    | Milli Takım | 13  | 4,92      | 2,04 | 5-536 | 5,52 | 0,00 | 0,04           | Diğer><br>Tabzonspor><br>Fenerbahçe><br>Beşiktaş><br>Galatasaray> |
|                 | Fenerbahçe  | 144 | 4,53      | 1,75 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Galatasaray | 142 | 4,15      | 1,86 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Beşiktaş    | 79  | 4,42      | 1,84 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Trabzon     | 74  | 4,47      | 1,75 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 | Diğer       | 90  | 5,37      | 1,55 |       |      |      |                |                                                                   |
|                 |             |     |           |      |       |      |      |                |                                                                   |

|                     |             |     |      |      |       |      |      |      |              |
|---------------------|-------------|-----|------|------|-------|------|------|------|--------------|
| Kültürel<br>Gelişim | Milli Takım | 13  | 5,00 | 1,62 | 5-536 | 7,17 | 0,00 | 0,06 | Diğer>       |
|                     | Fenerbahçe  | 144 | 3,95 | 1,73 |       |      |      |      | Fenerbahçe>  |
|                     | Galatasaray | 142 | 3,71 | 1,72 |       |      |      |      | Galatasaray> |
|                     | Beşiktaş    | 79  | 3,69 | 1,74 |       |      |      |      | Beşiktaş>    |
|                     | Trabzon     | 74  | 4,29 | 1,89 |       |      |      |      |              |
|                     | Diğer       | 90  | 4,91 | 1,67 |       |      |      |      |              |
| Estetik<br>Değerler | Milli Takım | 13  | 4,42 | 1,98 | 5-536 | 4,94 | 0,00 | 0,04 | Diğer>       |
|                     | Fenerbahçe  | 144 | 4,56 | 1,96 |       |      |      |      | Fenerbahçe>  |
|                     | Galatasaray | 142 | 4,21 | 2,06 |       |      |      |      | Beşiktaş>    |
|                     | Beşiktaş    | 79  | 4,25 | 1,74 |       |      |      |      | Galatasaray> |
|                     | Trabzon     | 74  | 4,81 | 1,92 |       |      |      |      |              |
|                     | Diğer       | 90  | 5,40 | 1,81 |       |      |      |      |              |

$p<0,00$

Tablo 31 incelendiğinde kadın taraftarların taraftarı oldukları takım ile dışsal güdü alt boyutlarından; sosyal paylaşım, etik değerler, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerler alt boyutları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark tespit edilmiştir ( $p<0,00$ ). Anlamlı farklılığın kaynaklandığı fark ise sosyal paylaşım alt boyutunda Trabzonspor taraftarlarının lehine, etik değerler, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerler alt boyutlarında diğer takımların taraftarları lehine çıkmıştır.

**Tablo 32.** Kadın Taraftarların Taraftarı Oldukları Takım İle İçsel Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

| Alt Boyutlar      | Bölümler    | N   | $\bar{x}$ | Ss   | Sd    | f    | p    | Etki<br>Büyü<br>k | Gruplar Arası<br>Fark |
|-------------------|-------------|-----|-----------|------|-------|------|------|-------------------|-----------------------|
| Milli<br>Duygular | Milli Takım | 13  | 6,51      | 0,60 | 5-536 | 2,15 | 0,05 | 0,02              |                       |
|                   | Fenerbahçe  | 144 | 5,31      | 1,99 |       |      |      |                   |                       |
|                   | Galatasaray | 142 | 5,12      | 1,99 |       |      |      |                   |                       |
|                   | Beşiktaş    | 79  | 5,35      | 1,71 |       |      |      |                   |                       |
|                   | Trabzon     | 74  | 5,71      | 1,86 |       |      |      |                   |                       |
|                   | Diğer       | 90  | 5,11      | 1,94 |       |      |      |                   |                       |
| Spor Tutkusu      | Milli Takım | 13  | 4,38      | 2,34 | 5-536 | 7,60 | 0,00 | 0,06              | Tabzonspor>           |
|                   | Fenerbahçe  | 144 | 4,50      | 2,10 |       |      |      |                   | Diğer>                |
|                   | Galatasaray | 142 | 4,18      | 2,02 |       |      |      |                   | Beşiktaş>             |
|                   | Beşiktaş    | 79  | 4,51      | 1,87 |       |      |      |                   | Fenerbahçe>           |
|                   | Trabzon     | 74  | 5,56      | 1,57 |       |      |      |                   |                       |
|                   | Diğer       | 90  | 5,35      | 1,71 |       |      |      |                   |                       |

|                 |             |     |      |      |       |      |      |      |              |
|-----------------|-------------|-----|------|------|-------|------|------|------|--------------|
| Rekabet Duygusu | Milli Takım | 13  | 5,61 | 1,86 |       |      |      |      | Tabzonspor>  |
|                 | Fenerbahçe  | 144 | 5,37 | 1,85 |       |      |      |      | Fenerbahçe>  |
|                 | Galatasaray | 142 | 5,14 | 1,99 | 5-536 | 5,92 | 0,00 | 0,05 | Galatasaray> |
|                 | Beşiktaş    | 79  | 5,43 | 1,75 |       |      |      |      |              |
|                 | Trabzon     | 74  | 6,22 | 1,28 |       |      |      |      |              |
|                 | Diğer       | 90  | 6,11 | 1,48 |       |      |      |      |              |
| Taraftarlık     | Milli Takım | 13  | 4,05 | 2,07 |       |      |      |      | Tabzonspor>  |
|                 | Fenerbahçe  | 144 | 3,90 | 1,98 |       |      |      |      | Beşiktaş>    |
|                 | Galatasaray | 142 | 3,54 | 1,98 | 5-536 | 12,1 | 0,00 | 0,10 | Fenerbahçe>  |
|                 | Beşiktaş    | 79  | 4,21 | 1,85 |       |      |      |      | Diğer>       |
|                 | Trabzon     | 74  | 5,65 | 1,97 |       |      |      |      | Galatasaray> |
|                 | Diğer       | 90  | 3,77 | 2,08 |       |      |      |      |              |
| Yerel Bağlılık  | Milli Takım | 13  | 3,87 | 2,21 |       |      |      |      | Tabzonspor>  |
|                 | Fenerbahçe  | 144 | 2,89 | 1,98 |       |      |      |      | Diğer>       |
|                 | Galatasaray | 142 | 2,43 | 1,59 | 5-536 | 19,6 | 0,00 | 0,15 | Fenerbahçe>  |
|                 | Beşiktaş    | 79  | 2,78 | 2,04 |       |      |      |      | Beşiktaş>    |
|                 | Trabzon     | 74  | 5,15 | 2,16 |       |      |      |      | Galatasaray> |
|                 | Diğer       | 90  | 3,40 | 2,48 |       |      |      |      |              |
| Beceri Düzeyi   | Milli Takım | 13  | 4,71 | 2,23 |       |      |      |      | Diğer>       |
|                 | Fenerbahçe  | 144 | 4,63 | 1,98 |       |      |      |      | Beşiktaş>    |
|                 | Galatasaray | 142 | 4,26 | 2,01 | 5-536 | 9,34 | 0,00 | 0,08 | Fenerbahçe>  |
|                 | Beşiktaş    | 79  | 4,71 | 1,83 |       |      |      |      | Galatasaray> |
|                 | Trabzon     | 74  | 5,32 | 1,87 |       |      |      |      |              |
|                 | Diğer       | 90  | 5,89 | 1,69 |       |      |      |      |              |
| Rahatlama       | Milli Takım | 13  | 5,05 | 1,80 |       |      |      |      | Diğer>       |
|                 | Fenerbahçe  | 144 | 4,87 | 1,91 |       |      |      |      | Fenerbahçe>  |
|                 | Galatasaray | 142 | 4,60 | 1,90 | 5-536 | 6,51 | 0,00 | 0,05 | Beşiktaş>    |
|                 | Beşiktaş    | 79  | 4,86 | 1,85 |       |      |      |      | Galatasaray> |
|                 | Trabzon     | 74  | 5,18 | 1,92 |       |      |      |      |              |
|                 | Diğer       | 90  | 5,95 | 1,46 |       |      |      |      |              |

p<0,00

Tablo 32 incelendiğinde kadın taraftarların taraftarı oldukları takım ile içsel güdü alt boyutları, spor tutkusu, rekabet duygusu, taraftarlık, yerel bağlılık, beceri düzeyi ve rahatlama arasında anlamlı bir fark saptanmıştır (p<0,00). Bu anlamlı farklılık spor tutkusu, rekabet düzeyi, taraftarlık ve yerel bağlılık alt boyutlarında Trabzonspor, beceri düzeyi ve rahatlama alt boyutlarında ise diğer takımları tutan katılımcıların puanlarının daha yüksek olduğunu görülmektedir.

**Tablo 33.** Kadın Taraftarların Taraftarı Oldukları Takım İle Özdeşleşme Düzeylerine İlişkin Farklar

|            | Bölümler    | n   | $\bar{x}$ | Ss   | f    | p    | Gruplar Arası Farklar |
|------------|-------------|-----|-----------|------|------|------|-----------------------|
| Özdeşleşme | Milli Takım | 13  | 4,38      | 1,94 | 19,0 | 0,00 | Trabzon>              |
|            | Fenerbahçe  | 144 | 4,42      | 1,90 |      |      | Beşiktaş>             |
|            | Galatasaray | 142 | 4,05      | 1,91 |      |      | Fenerbahçe>           |
|            | Beşiktaş    | 79  | 4,66      | 1,92 |      |      | Milli Takım>          |
|            | Trabzon     | 74  | 6,54      | 1,66 |      |      | Diğer>                |
|            | Diğer       | 90  | 4,38      | 1,79 |      |      | Galatasaray           |

p<0,00

Tablo 33 incelendiğinde kadın taraftarların taraftarı oldukları takım ile özdeşleşme düzeyi arasında anlamlı bir fark saptanmıştır (p<0,05). Anlamlı farklılık sonucunda Trabzonspor'u tutan katılımcıların puanları diğer takımları tutan katılımcılara oranla özdeşleşme düzeyi daha yüksek bulunmuştur.

**Tablo 34.** Kadın Taraftarların Satın Alma Davranışı İle Dışsal Gündü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

| Alt Boyutlar    | Bölümler   | n   | $\bar{x}$ | Ss   | Sd    | f    | p    | Etki Büyüklüğü | Gruplar Arası Fark |
|-----------------|------------|-----|-----------|------|-------|------|------|----------------|--------------------|
| Sosyal Paylaşım | Neredeyse  | 169 | 3,23      | 1,71 | 2-539 | 21,3 | 0,00 | 0,07           | Çoğu Zaman>        |
|                 | Hiç        | 284 | 3,85      | 1,65 |       |      |      |                | Nadiren>           |
|                 | Nadiren    | 89  | 4,65      | 1,69 |       |      |      |                | Neredeyse          |
|                 | Çoğu Zaman |     |           |      |       |      |      |                | Hiç                |
| Popülerite      | Neredeyse  | 169 | 3,42      | 1,65 | 2-539 | 27,4 | 0,00 | 0,09           | Çoğu Zaman>        |
|                 | Hiç        | 284 | 4,51      | 1,60 |       |      |      |                | Nadiren>           |
|                 | Nadiren    | 89  | 4,68      | 1,82 |       |      |      |                | Neredeyse          |
|                 | Çoğu Zaman |     |           |      |       |      |      |                | Hiç                |
| Aile Bağları    | Neredeyse  | 169 | 3,52      | 2,00 | 2-539 | 11,1 | 0,00 | 0,04           | Çoğu Zaman>        |
|                 | Hiç        | 284 | 4,22      | 1,97 |       |      |      |                | Nadiren>           |
|                 | Nadiren    | 89  | 4,63      | 1,86 |       |      |      |                | Neredeyse          |
|                 | Çoğu Zaman |     |           |      |       |      |      |                | Hiç                |

|                  |                                           |                  |                      |                      |       |      |      |      |                                             |
|------------------|-------------------------------------------|------------------|----------------------|----------------------|-------|------|------|------|---------------------------------------------|
| Medya Etkisi     | Neredeyse<br>Hiç<br>Nadiren<br>Çoğu Zaman | 169<br>284<br>89 | 2,78<br>3,87<br>4,37 | 1,56<br>1,71<br>1,83 | 2-539 | 32,9 | 0,00 | 0,10 | Çoğu Zaman><br>Nadiren><br>Neredeyse<br>Hiç |
| Etik Değerler    | Neredeyse<br>Hiç<br>Nadiren<br>Çoğu Zaman | 169<br>284<br>89 | 3,29<br>3,57<br>3,23 | 1,96<br>1,96<br>1,85 | 2-539 | 1,56 | 0,21 | 0,00 |                                             |
| Bahis İmkanları  | Neredeyse<br>Hiç<br>Nadiren<br>Çoğu Zaman | 169<br>284<br>89 | 1,45<br>1,53<br>2,13 | 1,17<br>1,23<br>1,83 | 2-539 | 8,50 | 0,00 | 0,3  | Çoğu Zaman><br>Nadiren><br>Neredeyse<br>Hiç |
| Oyun Bilgisi     | Neredeyse<br>Hiç<br>Nadiren<br>Çoğu Zaman | 169<br>284<br>89 | 3,76<br>4,81<br>5,25 | 1,93<br>1,68<br>1,40 | 2-539 | 28,0 | 0,00 | 0,09 | Çoğu Zaman><br>Nadiren><br>Neredeyse<br>Hiç |
| Kültürel Gelişim | Neredeyse<br>Hiç<br>Nadiren<br>Çoğu Zaman | 169<br>284<br>89 | 3,54<br>4,26<br>4,53 | 1,86<br>1,72<br>1,65 | 2-539 | 12,4 | 0,00 | 0,04 | Çoğu Zaman><br>Nadiren><br>Neredeyse<br>Hiç |
| Estetik Değerler | Neredeyse<br>Hiç<br>Nadiren<br>Çoğu Zaman | 169<br>284<br>89 | 4,00<br>4,67<br>5,48 | 2,10<br>1,90<br>1,47 | 2-539 | 18,0 | 0,00 | 0,06 | Çoğu Zaman><br>Nadiren><br>Neredeyse<br>Hiç |

p<0,00

Tablo 34 incelendiğinde kadın taraftarların satın alma davranışı ile dışsal güdü alt boyutları olan, sosyal paylaşım, popülerite, aile bağları, medya etkisi, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p<0,00$ ). Anlamlı farklılık tespit edilen dışsal güdü alt boyutlarından; sosyal paylaşım, popülerite, aile bağları, medya etkisi, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerler alt boyutlarında çoğu zaman satın alma davranışı gösteren katılımcıların lehine çıkmıştır.

**Tablo 35.** Kadın Taraftarların Satın Alma Davranışı İle İçsel Güdü Alt Boyutlarına İlişkin Farklar

| Alt Boyutlar    | Bölümler                               | n                | $\bar{x}$            | Ss                   | Sd    | f     | p    | Etki Büyüklüğü | Gruplar Arası Fark                       |
|-----------------|----------------------------------------|------------------|----------------------|----------------------|-------|-------|------|----------------|------------------------------------------|
| Milli Duygular  | Neredeyse Hiç<br>Nadiren<br>Çoğu Zaman | 169<br>284<br>89 | 4,62<br>5,54<br>5,95 | 2,00<br>1,81<br>1,70 | 2-539 | 19,7  | 0,00 | 0,06           | Çoğu Zaman><br>Nadiren><br>Neredeyse Hiç |
| Spor Tutkusu    | Neredeyse Hiç<br>Nadiren<br>Çoğu Zaman | 169<br>284<br>89 | 3,65<br>4,86<br>6,16 | 2,05<br>1,81<br>1,10 | 2-539 | 58,9  | 0,00 | 0,17           | Çoğu Zaman><br>Nadiren><br>Neredeyse Hiç |
| Rekabet Duygusu | Neredeyse Hiç<br>Nadiren<br>Çoğu Zaman | 169<br>284<br>89 | 4,70<br>5,76<br>6,57 | 2,13<br>1,57<br>0,76 | 2-539 | 40,2  | 0,00 | 0,13           | Çoğu Zaman><br>Nadiren><br>Neredeyse Hiç |
| Taraftarlık     | Neredeyse Hiç<br>Nadiren<br>Çoğu Zaman | 169<br>284<br>89 | 2,59<br>4,23<br>6,38 | 1,70<br>1,80<br>0,98 | 2-539 | 153,7 | 0,00 | 0,36           | Çoğu Zaman><br>Nadiren><br>Neredeyse Hiç |
| Yerel Bağlılık  | Neredeyse Hiç<br>Nadiren<br>Çoğu Zaman | 169<br>284<br>89 | 2,35<br>3,15<br>4,78 | 1,79<br>2,12<br>2,21 | 2-539 | 41,3  | 0,00 | 0,13           | Çoğu Zaman><br>Nadiren><br>Neredeyse Hiç |
| Beceri Düzeyi   | Neredeyse Hiç<br>Nadiren<br>Çoğu Zaman | 169<br>284<br>89 | 3,95<br>5,01<br>5,85 | 2,13<br>1,85<br>1,23 | 2-539 | 39,2  | 0,00 | 0,12           | Çoğu Zaman><br>Nadiren><br>Neredeyse Hiç |
| Rahatlama       | Neredeyse Hiç<br>Nadiren<br>Çoğu Zaman | 169<br>284<br>89 | 4,22<br>5,25<br>5,85 | 2,03<br>1,71<br>1,53 | 2-539 | 28,8  | 0,00 | 0,09           | Çoğu Zaman><br>Nadiren><br>Neredeyse Hiç |

p<0,00

Tablo 35 incelendiğinde kadın taraftarların satın alma davranışı ile içsel güdü alt boyutları, milli duygular, spor tutkusu, rekabet duygusu, taraftarlık, yerel bağlılık, beceri düzeyi ve rahatlama arasında anlamlı bir fark saptanmıştır ( $p<0,00$ ). Bu anlamlı farklılık içsel güdü alt boyutlarının tümünde, çoğu zaman satın alma davranışı gösteren katılımcıların puanlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

**Tablo 36.** Kadın Taraftarların Satın Alma Davranışı İle Özdeşleşme Düzeylerine İlişkin Farklar

|            | Bölümler      | n   | $\bar{x}$ | Ss   | f     | p    | Gruplar Arası Farklar |
|------------|---------------|-----|-----------|------|-------|------|-----------------------|
| Özdeşleşme | Neredeyse Hiç | 169 | 3,09      | 1,61 | 194,7 | 0,00 | ÇoğuZaman>            |
|            | Nadiren       | 284 | 4,81      | 1,61 |       |      | Nadiren>              |
|            | Çoğu Zaman    | 89  | 7,03      | 1,03 |       |      | NeredeyseHiç          |

$p<0,00$

Tablo 36 incelendiğinde kadın taraftarların satın alma davranışı ile özdeşleşme düzeyi arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Anlamlı farklılık incelendiğinde ise nadiren ve neredeyse hiç cevabını veren katılımcılara oranla çoğu zaman cevabını veren katılımcıların puanları daha yüksek çıkmıştır.

**Tablo 37.** Kadın Taraftarların Tuttukları Takım İle Özdeşleşme, Spor Seyretme İçsel Ve Dışsal Motivasyon Düzeyi

|                  | n   | $\bar{x}$ | Ss   |
|------------------|-----|-----------|------|
| Dışsal Güdülenme | 542 | 3,72      | 1,19 |
| İçsel Güdülenme  | 542 | 4,67      | 1,52 |
| Özdeşleşme       | 542 | 4,64      | 2,01 |

Tablo 37 incelendiğinde kadın taraftarların tuttukları takım ile özdeşleşme düzeyi ortalamasının ( $\bar{x}$ )=4,64, sporu seyreteceklerinde etkili olan içsel güdülenme ortalamasının ( $\bar{x}$ )=4,67 ve dışsal güdülenme ortalamasının ise ( $\bar{x}$ )=3,72 olduğu görülmektedir.

**Tablo 38.** Kadınların Özdeşleşme Düzeyi İle Spor Seyretme İçsel Ve Dışsal GÜdü Düzeyleri Arasındaki İlişki

|                  | n   | $\bar{x}$ | Ss   |
|------------------|-----|-----------|------|
| Sosyal Paylaşım  | 542 | 3,79      | 1,74 |
| Popülerite       | 542 | 4,20      | 1,73 |
| Aile Bağları     | 542 | 4,07      | 2,00 |
| Medya Etkisi     | 542 | 3,61      | 1,78 |
| Etik Değerler    | 542 | 3,43      | 1,95 |
| Bahis İmkanları  | 542 | 1,60      | 1,35 |
| Oyun Bilgisi     | 542 | 4,55      | 1,81 |
| Kültürel Gelişim | 542 | 4,08      | 1,79 |
| Estetik Değerler | 542 | 4,59      | 1,96 |
| Milli Duygular   | 542 | 5,32      | 1,92 |
| Spor Tutkusu     | 542 | 4,70      | 1,98 |
| Rekabet Duygusu  | 542 | 5,56      | 1,79 |
| Taraftarlık      | 542 | 4,07      | 2,08 |
| Yerel Bağlılık   | 542 | 3,17      | 2,19 |
| Beceri Düzeyi    | 542 | 4,85      | 1,99 |
| Rahatlama        | 542 | 5,03      | 1,88 |

Tablo 38 incelendiğinde kadın taraftarların özdeşleşme düzeyi ile sporu seyretme içsel ve dışsal güdü düzeylerinden bahis imkanları ( $\bar{x}$ )=1,60 alt boyutunun diğer alt boyutlara oranla daha düşük olduğu görülmüştür. Rekabet duygusu ( $\bar{x}$ )=5,56, milli duygular ( $\bar{x}$ )=5,32 ve rahatlama ( $\bar{x}$ )=5,03 alt boyutlarının ise diğer alt boyutlara oranla daha yüksek olduğu görülmüştür.

**Tablo 39.** Kadın taraftarların tuttıkları takımı seyretelemelerine engel olan sebepler

| Sebepler               | n  |
|------------------------|----|
| Artık ilgimi çekmiyor  | 15 |
| Hobi alanlarım değişti | 5  |

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| Zaman ayıramıyorum                          | 3  |
| Aile ısrarıyla destekliyordum               | 6  |
| Arkadaş çevrem başka takımı tutuyordu       | 6  |
| Erkek arkadaşım/Eşim başka takımı tutuyordu | 4  |
| Desteklediğim futbolcu transfer oldu        | 4  |
| Teknik direktör değişti                     | 2  |
| Oyuncu kadrosu değişti                      | 4  |
| Yabancı oyuncu sayısının fazla olması       | 2  |
| Şike, şiddet ve siyasetin karışması         | 12 |
| Toplam kişi sayısı                          | 63 |

Tablo 39 incelendiğinde 542 kişilik örneklem grubunun içerisinde 63 kadın taraftar tuttıkları takımı seyretmelerini engelleyen sebepleri açıklamışlardır. Sebepler incelendiğinde en fazla kişi tarafından yanıtlanan artık ilgimi çekmiyor yanıtı almıştır.

## BÖLÜM IV

### 4. TARTIŞMA VE YORUM

Ülkemiz kadın taraftarlarının taraftarı oldukları takım ile özdeşleşme düzeyinin belirlenmesi ve seyirci olarak müsabakaları seyretmelerine neden olan güdülerini incelemek amacı ile yapılan bu çalışmada elde edilen bulgular alt problemler halinde bu bölümde tartışılarak yorumlanmıştır.

#### 4.1 Alt problem: Kadın taraftarların özdeşleşme düzeyi ile içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında ilişki var mıdır?

Çalışmamıza katılan taraftarların özdeşleşme düzeyi ile içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında nasıl bir ilişki olduğunu anlamak amacıyla yapılan analizler sonucunda, kadın taraftarların özdeşleşme düzeyleri ile içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür (Tablo 3). Bu anlamlı ilişki içsel güdü alt boyutlarında dışsal güdü alt boyutlarına oranla daha yüksek çıkmıştır. Branscombe ve Wann (1991) taraftarların destekledikleri takımlar ile özdeşleşme düzeyleri yaşam tatminini olumlu etkileyeceklerini tahmin ederek yaptıkları çalışmada taraftar özdeşleşme düzeyi yüksek olanların olumlu duygularının da yüksek olduğu belirtmişlerdir. Bu sonuçlara dayanarak, kadın taraftarların özdeşleşme düzeylerinin yüksek olmasının nedenini içsel ve dışsal güdülenmeye bağlı olduğunu söyleyebiliriz. Sporu seyretme güdülerini yüksek olan kadın taraftarların taraftarı oldukları takımla özdeşleşme düzeyleri de yüksektir. Taraftarı oldukları takım ile özdeşleşen taraftarlar o takımın müsabakalarını neredeyse sürekli takip eder. Kısacası bir takımı desteklemek için içsel ve dışsal olarak güdülenmiş olan bir taraftarın, aynı zamanda o takım ile yüksek düzeyde bir bağ kurduğu söylenebilir.

#### 4.2 Alt problem: Kadın taraftarların yaşı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Çalışmamıza katılan taraftarların özdeşleşme düzeyleri ile ilgili bulunan sonuçlara göre, kadın taraftarların yaşı ile özdeşleşme düzeyleri, içsel ve dışsal motivasyonlarından; sosyal paylaşım, popülerite, aile bağları, medya etkisi, etik değerler, bahis imkanları, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerler, milli duygular, spor tutkusu, rekabet duygusu, taraftarlık, yerel bağlılık, beceri düzeyi,

rahatlama arasında negatif yönde ve düşük düzeyde bir ilişkiye rastlanmıştır (Tablo 4-5-6). Bu sonuçlara göre kadın taraftarların yaşları ilerledikçe dışsal ve içsel motivasyon düzeylerinin azaldığı söylenebilir. Elde edilen bulguları desteklemek üzere literatür incelendiğinde; herhangi bir maçı seyretmeye giden kadın taraftarların yaş ortalamaları ile ilgili net bir bilgi olmamasıyla birlikte, bizim çalışmamızda 20-25 yaş aralığı kadın taraftarların çoğunlukta olduğu görülmektedir. Salman ve Giray (2010) bireylerin futbol taraftarı olmasını etkileyen güdüler ile sadakat arasındaki ilişkiye yönelik yaptıkları çalışmada, sadakat ve yaş grupları arasındaki ilişki incelendiğinde yaş arttıkça sadakat seviyesinin azaldığı görülmektedir. Ayrıca en sadık grubun 18 ve altı olduğu vurgulanmıştır. Ek olarak kadınların erkeklere oranla daha az sadık olduğu belirtilmektedir. Amanvermez (2013) futbolda seyircisiz maçlarda uygulanan tutundurma çabalarının kadın taraftarlar üzerindeki etkisine yönelik yaptığı araştırmada televizyon, gazete veya internetten spor programı seyretme sıklığı ile yaş değişkeni arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan çalışma sonucunda anlamlı bir ilişkiye rastlanamamıştır. Polat (2013) ise spor seyircileri için içsel güdü ölçeği al boyutlarını incelediğinde rahatlama ve stresten uzaklaşma alt boyutlarında anlamlı bir ilişki tespit etmiştir. Diğer faktörler arasında bir ilişki olmadığını da belirtmiştir. Bu nedenle katılımcıların yaşı azaldıkça rahatlama ve stresten uzaklaşma puanlarının arttığı söylenebilir. Bu sonuçlar ile birlikte bir değerlendirme yapıldığında kadın taraftarların yaşları ilerledikçe artan sorumlulukları (işe gitmek, temizlik yapmak, yemek yapmak, çocuk bakmak..) ile birlikte sosyal aktivitelere daha az zaman ayırması, spor seyretme güdeleri ve bir spor takımı ile özdeşleşme düzeylerini olumsuz yönde etkilemekte olduğunu söyleyebiliriz. Erkekler göre işten eve geldikten sonra yemek yapmak, çocuklar ile ilgilenmek kadınların görevi gibi algılandığı için kadınların sorumlulukları daha fazladır bu nedenle erkeklerin spor yapma, sporu seyretme oranlarının kadınlara oranla daha fazla olması şaşırtıcı değildir. Bu nedenle kadın taraftarların taraftarı oldukları takım ile özdeşleşme düzeyleri düşük bulunmuş olabilir.

#### **4.3 Alt problem: Kadın taraftarların medeni durumu ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?**

Çalışmamıza katılan kadın taraftarların medeni durumu ile özdeşleşme düzeyleri, dışsal ve içsel güdü alt boyutları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır (Tablo 7,8,9). Ayrıca bu farkın en yüksek değere sahip olan beceri düzeyi, oyun bilgisi ve estetik değerler alt boyutlarından ve özdeşleşme düzeyi açısından medeni durumu bekar olanların lehine olduğu tespit edilmiştir. Yani bekar olan kadın taraftarların rekreasyonel aktivitelere katılımı spor tutkusunu artırmakta ayrıca fiziksel ve mental olarak rahatlamalarını sağlamaktadır diyebiliriz. Elde ettiğimiz sonuçlar ile ilgili literatür incelendiğinde; Amanvermez (2013) futbolda seyircisiz maçlarda uygulanan tutundurma çabalarının kadın taraftarlar üzerindeki etkisine yönelik yaptığı araştırmada katılımcıların medeni durum değişkeni ile tutum puanları arasında istatistiksel açıdan bekar olan katılımcıların lehine bir fark bulunmuştur. Diğer bir örnek olan, Üzüm ve Arkadaşları (2017) tarafından kadınların sporu seyretme güdülerinin incelenmesi üzerine gerçekleştirilen çalışmada medeni durum değişkenine göre dışsal güdü alt boyutlarından popülerite ve aile bağları alt boyutlarında anlamlı bir farka rastlanmıştır. Ayrıca bu alt boyutlarda evli olanların ortalamasının bekar olanlara oranlar daha yüksek olduğu belirtilmiştir. Tok ve Arkadaşlarının (2016) kadın taraftarların özdeşleşme düzeyleri ve küfürlü tezahürata yaklaşımlarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada medeni durum açısından bekar olan kadın taraftarların özdeşleşme düzeyinin evli olan kadın taraftarlara oranla daha yüksek olduğu ayrıca medeni durum ile özdeşleşme düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirtilmiştir. Fasting ve Pfister (1997) Türkiye’de yaptığı çalışmasında kadınların evlenme yaşının küçük olmasının, küçük yaşta annelik, ev temizlemek, yemek yapmak gibi sorumlulukların yüklenmesinin sporu bırakmada ve takip etmeye engelleyen bir faktör olduğunu sunmuştur. Çalışmamız sonucunda elde edilen bilgiler ve literatürden edinilen bilgiler ışığında çalışmamıza katılan evli olan kadınların ailelerine ve işlerine karşı olan sorumluluklarının dışında kendilerine zaman ayırmakta zorlanması taraftar olarak özdeşleşme düzeylerini de olumsuz etkilemekte olduğunu söyleyebiliriz. Bekar taraftarların ise sosyalleşme ihtiyaçlarını ve okul veya iş hayatının dışında kalan vakitlerini değerlendirme

ihtiyaçlarını giderme açısından spora ve sporu seyretmeye güdülenirler. Bu durumun, bekar olan taraftarların özdeşleşme düzeylerini olumlu yönde etkilemekte olduğunu söyleyebiliriz.

#### **4.4 Alt problem: Kadın taraftarların ocuk sayısı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki var mı?**

Diğer bir alt problemimiz olan kadın taraftarların sahip olduğu ocuk sayısı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasındaki ilişki ile ilgili bulunan sonuçlara göre, kadın taraftarların ocuk sayısı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutlarından sosyal paylaşım, popülarite, medya etkisi, etik değerler, oyun bilgisi, kültürel gelişim, estetik değerler spor tutkusu, rekabet duygusu, yerel bağlılık, beceri düzeyi ve rahatlama arasında negatif yönde ve düşük düzeyde bir ilişki olduğu görülmüştür (Tablo 10-11-12). Kadın taraftarların ocuk sayıları ile sporu seyretme güdüleri üzerine literatürde herhangi bir araştırma bulunamamıştır. ocuk sahibi olan kadın taraftarların rekabet duygusu veya spor beceri düzeylerinin düşük olmasının nedeni çocukları ile ilgilenirken aynı zamanda bir takımın maçlarını takip etmekte ve sıkı bir takipçi olmakta zorlanabilirler. Ayrıca çocukları ile bir spor müsabakasına gitmek isteyen anneler, küfürlü tezahratların olduğu bir ortamda çocuklarının olumsuz etkileneceği düşüncesi ile bu müsabakaya gitmekten vazgeçiyor olabilir. Tok ve Arkadaşlarının (2016) yılında yayınladıkları araştırmada ortayaan çıkan sonuca dayanarak evli kadınların bekar kadınlara oranla küfürlü tezahüratlar içeren stadlara girmek istememeleri ayrıca kendileri girmedikleri gibi çocuklarını da götürmek istemeyeceği anlamına gelebilir diyebiliriz. Bu sonuca dayanarak ocuk sahibi olan kadınların yaşamlarının çoğu zamanlarını aile ilişkilerine harcamaları taraftarlık güdülerini negatif yönde etkilemekte olduğunu söyleyebiliriz.

#### **4.5 Alt problem: Kadın taraftarların Tv yayın aboneliği ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?**

Katılımcıların Tv ve benzeri yayın abonelikleri ile özdeşleşme, içsel ve dışsal motivasyon düzeyleri arasındaki fark ile ilgili yapılan analizlere göre, kadın taraftarların Tv ve benzeri yayın abonelikleri ile içsel ve dışsal güdü alt boyutları

arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir (Tablo 13-14). Kadın taraftarların Tv ve benzeri yayın abonelikleri ile özdeşleşme düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark saptanmamıştır (Tablo 15). İçsel ve dışsal güdü alt boyutlarında ortaya çıkan bu anlamlı farklılığa göre, taraftarlık düzeyi yüksek olan katılımcıların Tv ve benzeri yayın aboneliği alması diğer taraftarlara oranla daha yüksektir. Literatür incelendiğinde; Polat (2013), spor müsabakalarını televizyondan seyretme sıklığı ve spor müsabakalarını seyretme sebepleri üzerine spor seyircileri için dışsal güdü ölçeği incelendiğinde sosyal paylaşım, popülerite, bahis imkanları, oyun bilgisi ve estetik değerler alt boyutlarında anlamlı farklılık tespit etmiştir. Aynı şekilde spor seyircileri için içsel güdü ölçeği alt boyutlarında ise milli duygular, spor tutkusu, rekabet duygusu, taraftarlık, yerel bağlılık ve beceri düzeyi alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur. Gantz ve Wenner (1995) ise taraftarlık ve televizyon seyretme deneyimi konulu araştırmalarında, genellikle taraftarların; kendi takımlarını takip etme, eğlence, rahatlama, oyunun dramatik özellikleri ve sporcuların kazanma mücadelesini görmek için spor yarışmalarını televizyondan seyrettiklerini vurgulamıştır. Sosyal ilgi haline gelen spor camiasında profesyonel veya amatör olan branşların spor müsabakalarına daha fazla seyirci çekmek amacıyla stadlardan izleyemeyenler için televizyon kanallarına yayın hakkı vermiştir. Yayın hakkı satın alan televizyon kanalları, spor kulüplerine gelir sağlamaktadır (Serarslan, 1990). Bu nedenle spor müsabakalarında sponsorluk ve yayın gelirleri bilet gelirlerine oranla daha fazladır (Argan ve Katırcı 2002). Taraftarlık düzeyi yüksek olan bireyler maçın oynandığı yerin havasını solumayı daha çok isteselerde yoğun iş ve ev hayatı nedeniyle genel anlamda evde oturup televizyon yayınlarının takip etmek zorunda kalırlar. Bu nedenle tv yayın abonelik oranı yüksektir. Araştırma sonucunda farklılığın nedenine bakıldığında, seyredilen spor branşını estetik bulan ve kurallarını bilen taraftarların Tv ve benzeri yayın abonelikleri olması diğer taraftarlara oranla daha yüksektir demek yanlış olmaz.

#### **4.6 Alt problem: Kadın taraftarların eğitim düzeyi ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?**

Kadın taraftarların eğitim düzeyi ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları ile ilgili bulunan sonuçlara göre, kadın taraftarların eğitim düzeyi ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir fark bulunmuştur (Tablo 16-17-18). Araştırma sonucunda içsel ve dışsal güdü alt boyutlarında üniversiteye devam eden, özdeşleşme düzeyi boyutunda ise lise mezunu katılımcıların puanları daha yüksek çıkmıştır. Spor seyircilerinin içsel ve dışsal güdü düzeylerini ölçmek için kullanılan SSİİGÖ ve SSİDGÖ etki değerine bakıldığında oyun bilgisi, spor tutkusu ve rekabet duygusu alt boyutları en yüksek puanı almıştır. Elde edilen bilgilere ek olarak literatür incelendiğinde; Baş (2008) futbolda taraftar ve takım özdeşleşmesi üzerine yaptığı çalışmada eğitim düzeyleri değişkeni ile spor taraftarları özdeşleşme düzeyleri arasında bir fark bulmuştur. Bizim çalışmamızda elde ettiğimiz sonucun aksine Baş, çalışmasında lisansüstü mezunlarının özdeşleşme düzeyi en yüksek olan grup olduklarını tespit etmiştir. Karatoprak (2019) ise spor yapan futbol taraftarlarının takımlarıyla özdeşleşme düzeyleriyle spor organizasyonları tüketimi arasındaki ilişki üzerine yapmış olduğu çalışmada araştırmaya katılan taraftarların eğitim düzeyleri ile spor taraftarları özdeşleşme düzeyi arasında anlamlı bir farklılığa rastlamamıştır. Araştırmamızda elde ettiğimiz sonuçlar doğrultusunda araştırmaya katılan ve üniversiteye devam eden kadın taraftarların içsel ve dışsal güdü motivasyonlarının daha yüksek olmasının nedeninin sosyal çevre, arkadaşlık ilişkileri ve popüleritenin etkisi altında kalmış aynı zamanda rekabetten hoşlanan ve spor taraftarı olmayı rahatlatıcı bir aktivite olarak göremesidir diyebiliriz. Çalışmamıza katılan kadın taraftarların eğitim düzeyine göre üniversiteye devam edenlerin sosyal faaliyetleri için zamanlarının olması, arkadaşlarıyla birlikte aktivitelere katılıyor olmaları, derslerden sonra mental bir rahatlama ihtiyaçlarının olması taraftarlık motivasyonlarını artırabilmektedir. Fakat lise mezunu olan ve geçimini sağlamak için çalışan ve kendisine çok fazla zaman ayıramayan taraftarların motivasyon düzeyleri düşük olmasına rağmen genç yaşlardan itibaren bir takımın destekçisi olmaları takımları ile özdeşleşme düzeylerini artırmıştır diyebiliriz.

#### **4.7 Alt problem: Kadın taraftarların mesleği ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?**

Araştırmamıza katılan kadın taraftarların mesleki durumu ile özdeşleşme, içsel ve dışsal motivasyon düzeyleri arasındaki farkı öğrenmek amacıyla yapılan analizler sonucunda, kadın taraftarların mesleği ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir fark bulunmuştur (Tablo 19-20-21). Özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutunda araştırma sonucu mesleği öğrenciliğe devam eden katılımcıların lehine çıkmıştır. SSİİGÖ ve SSİDGÖ etki değerine bakıldığında ise etik değerler, spor tutukusu ve rekabet duygusu alt boyutlarının en yüksek puanı aldığı görülmektedir. Gerekli bilgiler ışığında literatür incelendiğinde; Baş (2008) futbolda taraftar ve takım özdeşleşmesi üzerine yaptığı çalışmasında spor taraftarlarının özdeşleşme düzeyleri açısından meslek gruplarına bakıldığında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Baş'ın, çalışmasında taraftarlık puanlarını karşılaştırdığında öğrenci meslek gurubuna ait katılımcıların en yüksek, emekli olan katılımcıların ise en düşük olduğu görülmektedir. Karatoprak (2019) ise spor yapan futbol taraftarlarının takımlarıyla özdeşleşme düzeyleriyle spor organizasyonları tüketimi arasındaki ilişki üzerine yapmış olduğu çalışmasında araştırmaya katılan taraftarların mesleği ile spor taraftarları özdeşleşme düzeyi arasında anlamlı bir farklılık bulamamıştır. Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda, öğrenci olan kadın taraftarların yoğun ders çalışma hayatından kaçma isteği üzerine rahatlama amaçlı spor taraftarı olması ve spora olan tutkusu ile rekabet duygusunun ön plana çıkması etkili olmuştur diyebiliriz. Ayrıca sosyalleşme, aktif olarak spor yapma, rekreatif etkinliklere katılma ve sosyal sorumluluk projelerinde yer alma gibi istekleri doğrultusunda hareket etmesi, bir spor müsabakasını izlemesini, bir takımın devamlı takipçisi olmasına neden olabilir. Önemli bir etmen olarak bir spor müsabakasını evde televizyonda seyretmek için hiçbir ücret ödemiyor olmak öğrenci olan taraftarların daha çok güdülenmelerine neden olmuş olabilir. Araştırma sonucu doğrultusunda, taraftarların öğrenci olması taraftarı olduğu takım ile özdeşleşme düzeylerini olumlu yönde etkilemektedir diyebiliriz.

#### **4.8 Alt problem: Kadın taraftarların spor yapma sıklığı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?**

Taraftarların spor yapma sıklığı ile içsel ve dışsal motivasyon düzeyi ile olan farkı anlamak üzerine yapılan analiz sonucunda, kadın taraftarların spor yapma sıklığı ile içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında haftada iki kez spor yapanların lehine anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır (Tablo 22-23). Çalışmamıza katılan spor taraftarlarının spor yapma sıklığı ile özdeşleşme düzeyleri arasında fark olup olmadığını anlamak üzere yapılan analizler sonucunda ise, kadın taraftarların spor yapma sıklığı ile özdeşleşme düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunamamıştır (Tablo 24). Elde edilen bilgileri desteklemek amacıyla literatür incelendiğinde, Polat (2013), spor seyircileri için dışsal güdü alt boyutlarından popülerite, etik değerler, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerler alt boyutlarında anlamlı bir farklılık bulmuştur. Spor seyircileri için içsel güdü alt boyutlarında ise milli duygular, spor tutkusu, rekabet duygusu, taraftarlık, beceri duygusu ve rahatlık ve stresten uzaklaşma alt boyutlarında anlamlı bir farklılık tespit etmiştir. Çıkan bu anlamlı farklılık ise aktif spor yapma katılımcıların lehinedir. Diğer bir araştırma ise, Üzümlü ve Arkadaşları (2017) kadınların sporu seyretme güdülerini üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada içsel ve dışsal güdü alt boyutları ile spor yapma sıklığı arasında anlamlı bir farka rastlamışlardır. Haftada birkaç kez spor yapan katılımcıların sporu daha fazla seviyor ve ilgileniyor olabileceklerini vurgulamışlardır. Arıkan ve Göktaş (2004) ise farklı branşlardaki spor seyircileri üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada, aktif spor yapmış ve yapıyor olanların spor seyirciliği düzeylerinin daha yüksek olduğunu vurgulamışlardır. Bu bulgular sonucunda, oyun bilgisi ve estetik değerler alt boyutlarında ise haftada birkaç kez spor yapan katılımcıların puanları daha yüksek çıkmıştır. Bu sonucu destekler nitelikte olarak, Arıkan (2000) araştırmasında basketbol seyircilerinin %90'ının, futbol seyircilerinin %85'inin, güreş seyircilerinin ise %78'inin daha öncesinde aktif spor yaptıklarını belirtmiştir. Aktif spor yapan bireylerin uzun süre sporla iç içe kalmış olması ve özümsemiş olmasının nedeni spor seyircisi olarak seyretme güdü düzeylerini etkilemektedir. Ayrıca etki değerlerine bakıldığında katılımcıların her gün cevabını verdiği spor tutkusu en yüksek puanı almıştır. Bunun nedeni ise spor yapmaktan haz alan ve rekabet içerikli sporları seven

katılımcılar her gün spor yapmayı tercih etmiş, rahatlama ihtiyacı olan katılımcılar ise haftada birkaç kez giderek kendilerini motive etmişlerdir demek yanlış olmaz. Ayrıca bu durumdan esinlenerek kadınlarında erkekler kadar spor yapmayı sevdiğini düşünebiliriz. Polat'ın (2013) çalışmasında spor yapan bireylerin sporu seyretme güdülerinde olumlu bir etkiye neden olduğunu vurgulamıştır, bu sonuç çalışmamızı destekler niteliktedir.

#### **4.9 Alt problem: Kadın taraftarların sporu seyretme sıklığı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?**

Çalışmamıza katılan spor taraftarların sporu seyretme sıklığı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü arasındaki farkı anlamak üzere yapılan analizler sonucunda, kadın taraftarların sporu seyretme sıklığı ile özdeşleşme düzeyleri, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında istatistiksel açıdan hergün sporu seyreden katılımcıların lehine anlamlı bir fark bulunmuştur (Tablo 25-26-27). Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık sporu seyretme sıklığına her gün cevabını veren katılımcıların lehine çıkmıştır. Etki değerine bakıldığında ise spor tutkusu, taraftarlık, rekabet duygusu, oyun bilgisi ve estetik değerler alt boyutları en yüksek puanı almışlardır. Bu sonuçlar doğrultusunda literatür incelendiğinde; Arıkan (2000), erkeklerin kadınlara göre sporu seyretme oranlarının daha yüksek olduğu belirtilmiştir. Üzümlü ve Arkadaşları (2017) tarafından kadınların sporu seyretme güdülerini üzerine gerçekleştirdikleri araştırmada içsel güdü ve dışsal güdü alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu anlamlı farklılığın ise spor müsabakalarını salon veya stada haftada birkaç kez seyrediyorum cevabını veren katılımcıların lehine çıkmıştır. Bu sonuç doğrultusunda kadın taraftarların sporu seyretme sıklığı arttıkça motivasyon düzeylerinin arttığı söylenebilir. Arıkan'ın (2000) güreş, futbol ve basketbol seyircileri üzerine yaptığı çalışmasında sporu seyretme nedenleri arasında spor branşını sevmek, takımı destekleme ve boş zamanlarını değerlendirme gibi faktörler yer almıştır. Yapılan analizler sonucunda, sporu seyretme sıklığına her gün cevabını veren katılımcıların globalleşen dünyada spor aktivitelerinde sayıca daha fazla kadının yer alması, yavaş da olsa eşit bir spor kültürünün yayılıyor olması ayrıca medyanın kolay ulaşılabilirliği, sosyal paylaşımların herkes tarafından anında görüldüğü bir dönemde sporu seyretme oranları da artış göstermiştir. Bu durumda kadın taraftarların sporu seyretme

sıklıkları arttıkça takımları ile özdeşleşme düzeyleri de artacaktır diyebiliriz. Ayrıca Polat (2013) çalışmasının sonucunda kişinin sporu seyretme güduları ile sohbet etme sıklığı arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu vurgulanmıştır. Kısacası insanlar sohbet etmek, sosyal paylaşımda bulunabilmek için sporu seyrediyor diyebiliriz.

#### **4.10 Alt problem: Kadın taraftarların takip ettikleri branş ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık var mı?**

Çalışmamıza katılan kadın taraftarların takip ettikleri spor branşı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal motivasyon düzeyleri arasında bir fark olup olmadığını anlamak amacıyla gerçekleştirilen analizler sonucunda, kadın taraftarların takip ettikleri spor branşı ile özdeşleşme düzeyi, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir fark görülmektedir (Tablo 28-29-30). Bu anlamlı farklılığa bakıldığında içsel ve dışsal güdü alt boyutlarında voleybol branşının diğer branşlara oranla daha yüksek puanlar aldığı görülmektedir. Etki değerine bakıldığında ise etik değerler ve beceri düzeyi alt boyutları en yüksek değeri almıştır. Özdeşleşme düzeyi açısından ortaya çıkan bu anlamlı farklılık ise futbol taraftarı olan katılımcıların lehine çıkmıştır. Literatür incelendiğinde; Acet (2001) yayınladığı çalışmasında futbolda taraftarlığı yoğun bir şekilde yaşayan kişilerin hem daha çok güdülenebileceğini hem de güdülerinin tatmin olabileceğini belirtmiştir. Polat'ın (2013) katılımcıların en çok seyrettiği spor branşına göre Spor Seyircileri İçin İçsel Güdü Ölçeği bulguları incelendiğinde tarafatarlık ve spor tutkusu alt boyutlarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu anlamlı farklılık ise futbol branşını daha çok seyreden katılımcıların lehine çıkmıştır. Tok ve Arkadaşları (2016) ise kadın taraftarların özdeşleşme düzeyleri üzerine yapmış olduğu çalışmasında çalışmasına katılan kadın taraftarların yaklaşık %70'i futbol harici branşlar ile ilgilendiklerini belirtmiştir. İlk sırada ise voleybol branşının yer aldığı belirtilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda, voleybol branşının puanlarının daha yüksek olma nedeninin rekabet duygusu, etik değerler, kültürel faktörler, medya etkisi ve popülerite gibi faktörlerden etkilenildiği ayrıca kültürümüzde kadınların sert spor branşları yerine daha estetik duran sporları tercih etmelerinin kalıplaşmış bir hal alması büyük bir etkindir diyebiliriz. Amman (2005) yaptığı çalışmada kadınların sırasıyla yüzme, step, aerobik, yürüme, tenis, aletli çalışma, koşu, voleybol,

cimnastik ve fitness sporlarına katılım gösterdiklerini belirtmiştir. Fakat taraftarların takip ettikleri branş ile özdeşleşme düzeyleri açısından en yüksek puanı futbol branşının almasının nedeni incelendiğinde, futbolun dünyaca popüler bir spor olması, herkes tarafından bilinen bir branş olması, pek çok kültürü içinde barındırması ve taraftar kitlesi en fazla olan branşlardan biri hatta ülkemiz sınırları içerisinde birinci sırada yer alması taraftarların özdeşleşme düzeylerinde etkili olmuştur. Ayrıca aile ve arkadaş çevresinde sürekli takip ediliyor olması da etkili olmuştur diyebiliriz.

#### **4.11 Alt problem: Kadın taraftarların tuttukları takım ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık var mı?**

Çalışmamıza katılan taraftarların tuttukları takım ile özdeşleşme düzeyleri, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında fark olup olmadığını öğrenmek amacıyla gerçekleştirilen analizler sonucunda, kadın taraftarların tuttukları takım ile özdeşleşme düzeyi, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır (Tablo 31-32-33). Bu anlamlı farklılık ise Trabzonspor destekleyen katılımcıların lehine çıkmıştır. Etki değerine bakıldığında ise yerel bağlılık ve sosyal paylaşım alt boyutları en yüksek puanları almıştır. Elde edilen bilgileri destekler nitelikte literatür incelendiğinde; Wann ve Branscombe (1993) taraftarların özdeşleşmesi üzerine yapılan araştırmada, bireylerin tuttukları takım ve o sporun müsabakalarını seyretme sıklığı düzeyleri yüksek olduğunda ayrıca o takım için para harcadıklarında takımla özdeşleşme seviyeleri yükselmektedir. Polat (2013) çalışmasında erkeklerin kadınlara oranla daha fazla takımla özdeşleştiklerini belirtmiştir. Baş (2008) futbolda taraftar ve takım özdeşleşmesi üzerine yaptığı çalışmada Trabzonspor taraftarlarının taraftarı oldukları takım ile özdeşleşme düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca Trabzonspor taraftarlarının evden maçı izleme ve stattan maçı izleme ile özdeşleşme düzeyleri arasında da anlamlı bir fark olduğu belirtmiştir. Bu nedenle Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş gibi büyük takımların aksine yerel bir kitleye sahip olan Trabzonspor kulübünün taraftarları takım ile kurdukları bağ nedeniyle yüksek bir özdeşleşme düzeyine sahip olduğunu söyleyebiliriz. Bir şehir takımı olduğu için Trabzon şehrinde yaşayan insanların çoğu, kütüğü Trabzon olup başka şehirde yaşayan insanların birçoğu ve Trabzon şehrine

daha sonradan yerleşen ve kültürü ile bütünleşen insanların geneli Trabzonspora yerel bağlılık güdüsü ile bağlıdır diyebiliriz. Ayrıca Trabzon da yaşayan insanların sıcakkanlılığı ve birbirine bağlı duruşları, bir araya geldiklerinde eğlenmekten keyif almaları taraftarların ilgisini çekebilir.

Bir Trabzonspor taraftarı olarak araştırma sonucunda Trabzonspor taraftarların takımla özdeşleşme düzeyinin yüksek çıkması beni şaşırtmadı diyebilirim. Taraftar grupları içerisinde yer aldığım süreç boyunca Trabzonspor taraftarlarının yerel bir sıcakkanlılık, samimiyet ve tutku içerisinde olması beni daha fazla maç izlemeye, derbilere gitmeye, taraftar grubu ile farklı aktiviteler yapmaya itmişti. Bu nedenle diğer takımlardan farklı bir taraftar kitlesi olduğunu söyleyebilirim.

#### **4.12 Alt problem: Kadın taraftarların ürün satın alma davranışı ile özdeşleşme, içsel ve dışsal güdü alt boyutları düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık var mı?**

Araştırmaya katılan kadın taraftarların satın alma davranışı ile özdeşleşme düzeyi, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını anlamak için yapılan analizler sonucunda, kadın taraftarların satın alma davranışı ile özdeşleşme düzeyi, içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür (Tablo 34-35-36). Bu anlamlı farklılığa bakıldığında özdeşleşme düzeyi, içsel ve dışsal motivasyon açısından satın alma davranışını çoğu zaman gerçekleştiren katılımcıların puanları daha yüksek çıkmıştır. Etki değeri açısından bakıldığında ise medya etkisi ve taraftarlık alt boyutları en yüksek puanı almışlardır. Gerekli bilgiler ışığında literatür incelendiğinde; Katlav (2017) tarafından taraftarların spor kulüplerinin lisanslı ürünlerine ilişkin satın alma davranışları üzerine yapılan araştırmada kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla daha fazla satın alma davranışı gösterdikleri belirtilmiştir. Ayrıca katılımcılara neden satın aldığını öğrenmek amacıyla yapılan ankette satın almada en çok etkili olan faktörün taraftarlık olduğu vurgulanmıştır. Ayhan ve Arkadaşları (2017) lisanslı taraftar ürünlerinin kullanım motivasyonları üzerine yapılan çalışmada taraftarların satın alma davranışını etkileyen beş faktör ortaya çıkmıştır. Katılımcıların satın alma davranışlarının takımlarına maddi ve manevi destek olmak için, kendisini o takımın lisanslı ürünleri kullanırken o takımın bir parçası olarak hissettiği için, gurur ve heyecan duydukları için, sosyal çevrelerine taraftarı

olduğu takımı belirtmek için ve alışveriş yapmaktan haz aldıkları için olduğunu belirtmişlerdir. Spor taraftarı olarak erkeklere oranla kadınların daha fazla alışveriş yaptığı Katlav'ın araştırmasında da konu almıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda, bu duruma kadın taraftarların alışveriş yapmaktan zevk alması ve rahatlaması etkili olmuştur diyebiliriz. Ayrıca kadın taraftarların gerek popüler kültürün gerekse maddi güce sahip olmalarının etkisiyle kendilerine maç biletleri, lisanslı ürünler, yayın abonelikleri satın alma davranışını çoğu zaman gösteren katılımcıların motivasyon düzeyleri artmaktadır diyebiliriz. Ayrıca Tek (1999) satın alma davranışını etkileyen faktörlerin arasında yaş, cinsiyet ve ekonomik koşulların olduğunu vurgulamıştır. Günümüzde kadınların ekonomik özgürlüğe kavuşması satın alma davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir. Kadın taraftarların satın alma davranışını çoğu zaman yapması aynı zamanda taraftarların taraftarı oldukları takım ile özdeşleşme düzeylerini artırmakta olduğunu söylemek yanlış olmaz.

#### **4.13 Alt problem: Kadınların Özdeşleşme Düzeyi İle Spor Seyretme İçsel Ve Dışsal GÜdü Düzeyleri Arasında İlişki Var Mı?**

Kadın taraftarların özdeşleşme düzeyi ile sporu seyretme içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını öğrenmek için yapılan analizler sonucunda anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır(Tablo 38). Alt boyutlar tek tek incelendiğinde ise rekabet duygusu, milli duygular ve rahatlama alt boyutlarının diğer alt boyutlara oranla özdeşleşme düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Bunun nedeni ise, kadınların rekabet düzeyi yüksek olan branşları seyrederken kendilerinin o spor branşının içerisinde yer alıyor gibi hissetmeleri olabilir. Rekabet düzeyi yüksek olan spor branşlarında müsabaka esnasında gerçekleşen çekişmelerin tahmin edilemez ve heyecan seviyesinin yüksek olması seyretme güdüsünü pozitif yönde etkilemektedir diyebiliriz. Bu yorumdan etkilenerken milli duygular alt boyutuna baktığımızda ise öncelikle her bireyin ülkesine olan bağlılığının etkisi ve yine diğer ülkelerin takımları ile rekabet ederken yaşadığı ülkeyi temsil ediyor ve müsabakayı kazandığında milli marşı ve milli bayrağı dalgalandıracak olması o müsabakanın izlenmesi konusunda teşvik ediyor olabilir. Rahatlama alt boyutuna baktığımızda ise karşımıza tabiki gündelik hayatın sorumluluklarından yani iş hayatındaki stresten, ev işlerinin bitmeyişinden, özel hayatındaki sorunlardan uzaklaşmak amacıyla sporu kullanması karşımıza

çıkılmaktadır. Kadınlara yapmaları zorunluymuş gibi belirlenmiş bazı kalıp yargılar vardır ve bu sorumluluklar kadınların daha fazla yorulmasına ve elbette daha fazla kendilerine zaman ayırma ihtiyacına neden olmaktadır. Spor ise kadınları bu stresten uzaklaşmak için gerek yaparak efor sarfetmek gerek seyrederek enerji ihtiyaçlarını gidermeyi sağlamaktadır diyebiliriz.

Son olarak tüm alt boyutlar incelendiğinde ise özdeşleşme düzeyi en düşük olan alt boyutumuzun bahis imkanları olduğu görülmüştür. Bunun nedenine değinmek gerektiğinde ise şu yorumları yapabiliriz. Bu çalışmanın örneklem grubunu kadın taraftarların kadın taraftarların oluşturması, kadın taraftarların erkek taraftarlar kadar bahis kavramı ile ilgilenmediklerini söyleyebiliriz. Bu sonuca dayanarak kadın taraftarların sonucu belli olmayan bir müsabaka üzerine kesin bir yorumda bulunacak kadar bilgilerinin olmaması, ayrıca başka bir faktör olarak eğer katılımcımız kendisi çalışmıyor ise parasını şans oyunlarına harcamak istemeyebilir. Çalışan ve evli bir taraftar ise kazancını kendi ihtiyaçları ya da ailesinin ihtiyaçları için harcamak önceliği olabilir. Yani kadınların erkeklere oranla ailesine ya da kendisine ayırması gereken bütçesini bahis gibi şans oyunlarına ayırmak istememektedir diyebiliriz. İşte bu gibi faktörler bahis imkanları alt boyutunun özdeşleşme düzeyini negatif yönde ya da az düzeyde etkilemektedir.

#### **4.14 Alt problem: Kadın taraftarların tuttukları takımı seyretmelerine engel olan sebepler nelerdir?**

Son olarak anket çalışmasında “Sizce kadınların sporu seyretmesine engel olan sebepler nelerdir?” sorusuna cevap olarak birçok faktör olduğu yazılı olarak belirtilmiştir. Bu nedenler;

- Artık ilgimi çekmiyor,
- Hobi alanlarım değişti,
- Zaman ayıramıyorum,
- Aile ısrarıyla destekliyordum,
- Arkadaş çevrem başka takımı tutuyordu,
- Erkek arkadaşım/eşim başka takımı tutuyordu,
- Desteklediğim futbolcu transfer oldu,
- Teknik direktör değişti,
- Oyuncu kadrosu değişti,

- Yabancı oyuncu fazla, oyuncularını tanımlıyorum,
- Spora şike, siyaset ve şiddet gibi faktörlerin karışmasında rahatsızlık duyuyorum gibi maddelerden oluşmaktadır.

Bu maddeler ışığında kadın taraftarların bir spor takımını desteklemeyi veya spor müsabakalarını seyretmeyi bırakmasının nedenleri genel anlamda çevresiyle ilişkilidir diyebiliriz. Aile, arkadaş, yaş, sosyal çevre, iş, eş, çocuk sahibi olmak ve desteklediği takımın içerisinde gelişen değişiklikler bireyi etkilemektedir. Bu durumda bize kadınların spor yapmaya ve sporu seyretmeye teşvik edilmeleri gerektiğini vurgulamaktadır.



## BÖLÜM V

### 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Her geçen gün daha fazla gelişen ve değişen dünyada spor büyük bir kitleyi ilgilendirmektedir. Spor denildiğinde insanları üç grupta inceleyebiliriz, sporcu, seyirci ve taraftar. Spor endüstrisi taraftarların tutum ve davranışlarına yönelik değişkenleri fark edip bu konuda birçok araştırma yapmışlardır. Fakat taraftarlık kavramı içerisinde kadınlara pek fazla yer verilmemiştir. Kadın taraftarlar üzerine literatürde pek fazla kaynak olmamakla birlikte son yıllarda bu konu üzerine yapılan araştırmalar artış göstermektedir. Bu noktadan hareketle yapılan bu araştırmada, kadın taraftarların spor seyretme güduları ile özdeşleşme düzeylerini etkileyen faktörler ile ilgili literatüre yeni bilgiler katmak amaçlanmıştır. Bu amaçlar doğrultusunda kadın taraftarları güdüleyen ve özdeşleşme düzeylerini etkileyen faktörler incelenmiş ve yapılan analizler sonucunda hangi değişkenlerin etkili olduğunu hangi değişkenlerin etkili olmadığını tespit edilmiştir.

Bu tespitler sonucunda;

- Kadın taraftarların yaşı arttıkça takımları ile özdeşleşme düzeylerinin azaldığı, içsel ve dışsal güdü motivasyonlarının düştüğü tespit edilmiştir.

- Medeni durum değişkenine göre, bekar katılımcıların özdeşleşme düzeyleri, içsel güdü alt boyutlarından spor tutkusu, rekabet duygusu, taraftarlık, beceri düzeyi ve rahatlama alt boyutları ile dışsal güdü alt boyutlarından sosyal paylaşım, popülerite, medya etkisi, etik değerler, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerlere yönelik puanları evli katılımcılardan daha yüksek bulunmuştur.

- Üniversite eğitime devam eden kadınların taraftarlık düzeyinin yüksek olduğunu, ayrıca spor tutkusu, rekabet duygusu, yerel bağlılık, beceri düzeyi ve rahatlama ile medya etkisi, etik değerler, oyun bilgisi, ve estetik değerler alt boyutlarında lise ve üniversite mezunlarına göre anlamlı olarak farklılaştığını söyleyebiliriz.

- Meslek değişkeni açısından çalışan kadınlar ile çalışmayan öğrencilik yaşamına devam eden kadın katılımcılar arasında özdeşleşme, spor tutkusu, rekabet duygusu, taraftarlık, beceri düzeyi ve rahatlama, sosyal paylaşım, medya etkisi, etik değerler ve oyun bilgisi alt boyutları arasında öğrenci olan katılımcıların lehine anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

- Spor yapma sıklığı, değişkeni bakımından haftada birkaç kez düzenli spor yapan katılımcıların lehine spor tutkusu, rekabet duygusu, beceri düzeyi ve rahatlama alt boyutları ile dışsal güdü alt boyutlarından popülarite, medya etkisi, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerler alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

- Konu sporu seyretme sıklığı bakımından ele alındığında; hergün sportif faaliyetleri takip eden katılımcıların özdeşleşme düzeylerinin, milli duygularının, spor tutkularının, rekabetin, taraftarlık, yerel bağlılık, sosyal paylaşım, popülarite, aile bağları, medya etkisi, etik değerler, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerlere yönelik tutumlarının daha yüksek olduğu söylenebilir.

- Futbol branşını takip eden katılımcıların özdeşleme düzeyi yüksek bulunurken, rekabet duygusu, yerel bağlılık, beceri düzeyi, rahatlama, etik değerler, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerler alt boyutları arasında voleybol branşını takip eden katılımcılar lehine anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

- Müsabakaları seyretmek için Tv yayın abonelikleri olan katılımcıların lehine spor tutkusu, rekabet duygusu, taraftarlık, beceri düzeyi, rahatlama, oyun bilgisi ve estetik değerler alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Özdeşleşme düzeyi buyutunda ise bir farka rastlanmamıştır.

- Katılımcıların çocuk sayısı artıkça özdeşleşme, spor tutkusu, rekabet duygusu, yerel bağlılık, beceri düzeyi, rahatlama, sosyal paylaşım, popülarite, medya etkisi, etik değerler, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerler puanlarının düştüğü tespit edilmiştir.

- Çalışma sonucunda Trabzonspor taraftarlarının özdeşleşme düzeyleri, spor tutkusu, rekabet duygusu, taraftarlık, yerel bağlılık, rahatlama, sosyal paylaşım, etik değerler, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerler puanlarının diğer takım taraftarlarına göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

- Taraftarı olduğu takımın lisanslı ürünlerini satın alma davranışı eğilimi yüksek olan katılımcıların aynı zamanda takımları ile özdeşleşme düzeyleri, milli duyguları, spor tutkusu, rekabet duygusu, taraftarlık, yerel bağlılık, sosyal paylaşım, popülarite, aile bağları, medya etkisi, oyun bilgisi, kültürel gelişim ve estetik değerler puanlarında yüksek bulunmuştur.

- Son olarak kadın taraftarların özdeşleşme düzeyleri ile içsel ve dışsal güdü alt boyutları arasında da orta düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Araştırmadan elde

edilen bu sonuçlar doğrultusunda alana ve bilime yönelik öneriler aşağıda verilmiştir.

### **5.1 Alana Yönelik Öneriler**

- Spor yapmayan kadınları spora teşvik amaçlı çalışmalar yaparak sporu seyretmeyede teşvik edilebilir.
- Çalışan kadın taraftarlar ile öğrenci olan kadın taraftarları bir araya getirerek özdeşleşme düzeylerini artırmaya yönelik etkinlik çalışmaları yapılabilir.
- Çocuk sahibi olan ailelerin müsabakaları seyredebilmeleri için bilet satışlarında aile kampanyası adı altında üyelik oluşturulabilir.
- Voleybol ve basketbol gibi branşlarında futbol branşı gibi bir taraftar kitlesi oluşturabilmeleri için reklam çalışmaları, tv programlarında yaygınlaştırma gibi çalışmalar yapılabilir.
- Tv yayın abonelikleri veren kuruluşlar çalışan kadınlara %50 indirim ile abonelik hakkı sunabilir.
- Tv yayın abonelikleri veren kuruluşlar evli olan kadınlara %50 indirim ile abonelik hakkı sunabilir.
- Kulüplerin store mağazalarında satılan kadın ürünlerinde çeşitlilik artırılabilir. Ayrıca anne-çocuk kombini tasarlanıp, indirimli olarak satılabilir.

### **5.2 Araştırmacılara Yönelik Öneriler**

- İleri yaşlılık döneminde olan taraftarların taraftarlık güdülerinin giderek azalma nedenleri üzerine yeni bir çalışma yapılabilir.
- Araştırmaya voleybol, basketbol ve futbol dışında kalan branşlar da dahil edilerek STÖÖ, SSİDGÖ ve SSİİGÖ ölçekleri uygulanabilir.
- Araştırmanın devamı niteliğinde kadınların sporu seyretmesine engel olan sebeblerin derinlemesine incelenmesine yönelik nitel bir araştırma yapılabilir.

## KAYNAKLAR

(Bu tez çalışmasında APA 6 atıf sistemi kullanılmıştır.)

- Acet, M. (2001). *Futbol Seyircisini Fanatik ve Saldırgan Olmaya Yönelten Sosyal Faktörler:* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi/Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Acet, M. (2005). *Sporda saldırganlık ve şiddet*. Morpa Kültür yayınları.
- Adiloğulları, B. (2008). *Çocuk Tribünü Uygulamasının Çocuklar ve Futbol Taraftarları Üzerine Etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi) Gazi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Ahmed, W., ve Bruinsma, M. (2006). A Structural Model Of Self-Concept, Autonomous Motivation And Academic Performance In Cross-Cultural Perspective. *Electronic Journal Of Research In Educational Psychology*.
- Akıntürk, T. (2000). Medeni Kanun Tasarısında Kadın-Erkek Eşitliği. *Hukukta Kadın Sempozyumu, Ankara*.
- Altun, M. (2011). *İnternette Spor Ürünleri Pazarlamasında Tüketici Gündüleri ve Endişeleri*. (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Amman, M. T. (2005). Kadın ve Spor. *İstanbul: Morpa Kültür Yayınları*.
- Amman, M. T., İkizler, H. C., ve Karagözoğlu, C. (2000). Sporda sosyal bilimler. *İstanbul: Alfa Yayınevi*.
- Argan, M. (2007). Eğlence pazarlaması. *Detay Yayıncılık*.
- Argan, M., ve Katırcı, H. (2002). Spor Pazarlaması, *Nobel Yayınevi*.
- Argan, M., ve Katırcı, H. (2015). Spor Pazarlaması (3. Baskı). *Nobel Akademik Yayıncılık. Ankara*.
- Arıkan, A. N. (2000). *Farklı branşlardaki spor seyircilerinin sosyo-kültürel profili ve izleyicilik durumları üzerine bir araştırma*. (Yayınlanmamış doktora tezi) Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Ankara.
- Ashford, B., Biddle, S., ve Goudas, M. (1993). Participation In Community Sports Centres: Motives And Predictors Of Enjoyment. *Journal of sports sciences*, 11(3), 249-256.
- Ashforth, B. E., ve Mael, F. (1989). Social Identity Theory And The Organization. *Academy of management review*, 14(1), 20-39.
- Aşıkoğlu, M. (1996). İnsan Kaynaklarını Verimliliğe Yönlendirme Aracı Olarak Motivasyon. *İstanbul: Üniversite Kitabevi*.
- Atalay, A. (2007). Türkiye’de Osmanlı Döneminde ve Uluslaşma Sürecinde Kadın ve Spor. *Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri*, 2(2), 24-29.
- Aycan, A., Polat, E., ve Uçan, Y. (2009). Takım Özdeşleşme Düzeyi İle Profesyonel Futbol Müsabakalarına Seyirci Olarak Katılım Kararını Etkileyen Değişkenler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 7(4), 169-174.
- Aydın, B. (2007). *Fen Bilgisi Dersinde İçsel ve Dışsal Motivasyonun Önemi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ayverdi, İ. T. A. (2007). Türkçe Sözlük, *Kubbealtı Yay*.

- Bağır, S., ve Geri, S. (2006). Moskova Meslek Okulundaki Öğrencilerin Serbest Zaman Periyodunda Fiziksel Aktivitelere Olan İlgileri. 9. *Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi*, 3-6.
- Balcı, V. (2005). Spor Pazarlaması Kavramlar-Yöntemler-Örnekler. *Ankara: Bağırhan Yayınevi*.
- Baş, M. (2008). Spor Sponsorluğu Ve Spor Federasyonlarının Sponsorluğa Bakışı Üzerine Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(3), 111-124.
- Baş, M. (2008). Futbolda Taraftar ve Takım Özdeşleşmesi (Trabzonspor Örneği). (Doktora Tezi). *Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı*. Ankara.
- Baş, T. (2006). Anket Nasıl Hazırlanır Uygulanır Değerlendirilir, *Seçkin Yayınları*, 4. Baskı, Ankara.
- Başaran, İ. E. (1991). Örgütsel Davranış: İnsanın Üretim Gücü. *Gül yayınevi*.
- Başer, E. (1985). Uygulamalı Spor Psikolojisi. *BSY Yayınları*.
- Bozgeyikli, H., Taşkın, Ö., ve Eroğlu, S. E. (2018). Taraftar Psikolojik Bağlılık Ölçeği Türkçe Formunun Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 481-497.
- Budak, S. (2000). Psikoloji Sözlüğü, *Bilim ve Sanat Yayınları*.
- Çetin, İ. (2012). Güdüler. [https://www.tavsiyeediyorum.com/makale\\_9084.htm](https://www.tavsiyeediyorum.com/makale_9084.htm)
- Ceylan, M. N. (2010). Tüketim Toplumunun Yeni Kentsel Mekânı: Alışveriş Merkezleri. (Yüksek Lisans Tezi). *Konya*.
- Chan, K. W., Wong, K. Y. A., ve Lo, E. S. C. (2012). Relational Analysis Of İntrinsic Motivation, Achievement Goals, Learning Strategies And Academic Achievement For Hong Kong Secondary Students. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 21(2), 230-243.
- Chruden, H. J., ve Herman, A. W. (1984). Managing Human Resources. *South-Western Educational Publishing edition, Hardcover in English - 7th ed edition*
- Coakley, J. J. (1990). Sport in society: Issues and controversies (No. Ed. 4). *CV Mosby Company*.
- Çokpartal, C. (2015). Futbol Taraftarlarının Spor Tüketimine Yönelik Güdülenmelerinin İncelenmesi: Beşiktaş JK-Kardemir Karabükspor Taraftarları Örneği (Yüksek Lisans Tezi). *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu*.
- Dever, A. (2013). *Endüstriyel Futbol ve Taraftarlık: Kayseri İli Örneği*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sosyoloji Anabilim Dalı. Sivas).
- Doltaş D. (2004 ). “Gılgamış ve İlyada Destanlarında Kadının Yeri ve Rolü”. *Beta Basım Yayım Dağıtım. İstanbul. s.139-146*.
- Duda, J. L., Chi, L., Newton, M. L., ve Walling, M. D. (1995). Task And Ego Orientation And İntrinsic Motivation İn Sport. *International journal of sport psychology*.
- Durgun, D. (2007). *Türkiye’de Sporun Gelişimi Ve Değişen Kullanıcı Gereksinmelerini Karşılایıcı Yönde Modern Stadyum Yapılarının Temel Planlama Özellikleri* (Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Eker, G.Ö. (2010). Futbolun Dayanılmaz Çekiciliği, Büyülenen Taraftar Portresi, Fanatizm Ve Beşiktaş. *Milli Folklor*, 22 (85).
- Ekmekçi, R. (2006). Türkiye’deki Basketbol Hakemlerinin Genel Profili. 9. *Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi, Muğla*.
- Elçin, E. L. Ç. İ. (2011). Türkiye’de “Kadın Olmak” Söylemi: Kadınlarla Yapılmış Bir Söylem Çalışması. *Psikoloji Çalışmaları*, 31, 1-28.

- Erdoğan, MO (2012). *Kitlesel spor özelinde spor pazarlaması; BJK örneği* (Doktora tezi).
- Eren, E. (2015). *Örgütsel Davranış Ve Yönetim Psikolojisi*. Beta Basım Yayım: İstanbul.
- Erhart, I. (2013). Ladies of Besiktas: A dismantling of male hegemony at İnönü Stadium. *International Review for the Sociology of Sport*, 48(1), 83-98.
- Erhart, I. (2016). Kadınlar Ofsayttan Anlar Mı? *Ankara: Spor Yayınevi*.
- Erkal, M., Güven, Ö., ve Ayan, D. (1998). *Sosyolojik Açıdan Spor*. Der Yayınları.
- Fasting, K., ve Pfister, G. (1997). *Opportunities And Barriers For Sport For Women In Turkey: A Pilot Study*. Unpublished manuscript, Berlin/Oslo.
- Fejgin, N. (1994). Participation İn High School Competitive Sports: A Subversion Of School Mission Or Contribution To Academic Goals?. *Sociology Of Sport Journal*, 11(3), 211-230.
- Fişek, K. (1983). Devlet Politikası ve Toplumsal Yapılarıyla İlişkileri Açısından Spor Yönetimi. *Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını*, 347-356.
- Fişek, K. (2003). Devlet Politikası ve Toplumsal Yapıyla İlişkileri Açısından Spor Yönetimi: Dünyada-Türkiye'de (Vol. 40). *YGS Yayınları*.
- Funk, D. C., ve James, J. (2001). The Psychological Continuum Model: A Conceptual Framework For Understanding An İndividual's Psychological Connection To Sport. *Sport Management Review*, 4(2), 119-150.
- Funk, D. C., Ridinger, L. L., ve Moorman, A. M. (2003). Understanding Consumer Support: Extending The Sport Interest Inventory (SII) To Examine İndividual Differences Among Women's Professional Sport Consumers. *Sport Management Review*, 6(1), 1-31.
- Funk, D., Alexandris, K., ve McDonald, H. (2008). Consumer behaviour in sport and events. *Marketing Action*.
- Genç, D.A. (1998). *Spor Hukuku. İstanbul: Alfa Basım*.
- Genç, M., Saydam, N., Gardiyan, C., ve Gökçe, K., Öğrenme Psikolojisi. *İhtiyaç Yayıncılık. S.196. Ankara*.
- Genç, N., ve Dmirdöğen, O. (1994). Yönetim El Kitabı. *İhtiyaç Yayıncılık. Erzurum*.
- Gençer, R. T., Kiremitçi, O., Aycan, A., Demiray, E., ve Unutmaz, V. (2012). Profesyonel Futbol Takımı Seyircilerinin Spor Tüketimine Yönelik Güdülleri ve Bağlılık Noktaları Arasındaki İlişki. *Ege Akademik İnceleme*, 12.
- Gill, D. L., Gross, J. B., ve Huddleston, S. (1983). Participation motivation in youth sports. *International journal of sport psychology*.
- Gregg, E. A., ve Fielding, L. W. (2016). The implementation of Title IX at Indiana University: a historical case study. *Journal of Contemporary Athletics*, 10(4), 241.
- Gregg, E. A., ve Gregg, V. H. (2017). Women in sport: Historical perspectives. *Clinics in sports medicine*, 36(4), 603-610.
- Güllü, M. (2006). Ortaöğretim Öğrencilerinin Taraftarı Oldukları Spor Takımları İle Özdeşleşmelerinin İncelenmesi. 9. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi Bildiriler Kitabı, 686-689.
- Günay, N., ve Tiryaki, Ş. (2003). Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeğinin (Stöö) Geçerlik Ve Güvenirlilik Çalışması. *Spor Bilimleri Dergisi*, 14(1), 14-26.
- Güney, S. (2000). Yönetim ve Organizasyon El Kitabı. *Nobel Yayınevi. S.89. Ankara*.

- Güven, Ö. (1999). Futbol Topu İle Oynamanın Bazı Kültürlerdeki Benzer Görünümleri ve Tarihsel Gelişimine Ait Bilgiler. *Düşünen Siyaset*, 2: 95-110.
- Hacısoftaoğlu, İ. (2018). Futbolda Erkekliğin Gür Sesi: Taraftarlığın Cinsiyetle Olan İlişkisi Nedir?. *The Blizzard Dergisi*, 1, 111-122.
- Hacısoftaoğlu, İ., Akcan, F., ve Bulgu, N. (2012). Hayali Cemaatler Olarak Taraftar Toplulukları: Ankaragücü Taraftar Grupları Örneği. *Spor Bilimleri Dergisi*, 23(4), 159-176.
- Hackman, J. R., ve Oldham, G. R. (1975). Development Of The Job Diagnostic Survey. *Journal of Applied psychology*, 60(2), 159.
- [http://tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.541a839f5ca358.14024212.html](http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.541a839f5ca358.14024212.html)
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Kad%C4%B1n>
- <https://www.haberturk.com/ekonomi/makro-ekonomi/haber/718434-fenerin-yuvasini-disi-kanaryalar-yapti>
- Hult, J. S., ve Treckell, M. (1991). A Century of Women's Basketball. From Frailty to Final Four. *Aahperd Publications Sales, 1900 Association Drive, Reston, Va 22901..*
- İkizler, H.C. ve Karagözoğlu, C. (1996). Sporda Başarının Psikolojisi. *İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım*, S.41- 85.
- Inal, H. S. (2011). Women's And Girls' Sports İn Turkey. *Women in Sport and Physical Activity Journal*, 20(2), 76-85.
- Cücelioğlu, D. (2006). İnsan Davranışı. 15. basım *İstanbul: Remzi Kitabevi*, 34-5.
- Kara, F. M., ve Yıldırım, İ. (2011). 'Öteki'nin Algısı: Spor Sektöründe Kadınlarca Algılanan Cinsiyet Önyargıları ve Ayrımcılığı. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 16(1), 3-13.
- Karaköse, S. (2013). *Spor Yönetiminde Örgüt Kültürü*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Karatopak, T. (2019). Spor Yapan Futbol Taraftarlarının Takımlarıyla Özdeşleşme Düzeyleriyle Spor Organizasyonları Tüketimi Arasındaki İlişki (Ordu İli Örneği) (*Yüksek Lisans Tezi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü*).
- Katırcı, H. ve Argan, M. (2010). Spor Pazarlaması. *Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları*.
- Katlay, T., ve Emrah, Ö. (2018). Türkiye'deki Taraftarların Spor Kulüplerindeki Lisanslı Ürünlerden Alınan Satın Alma Almanın Planlanması İyileştirilmiş Görene Göre Planlanmış. *Uluslararası Kültürel Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 4 (1), 139-162.
- Kazak, Z. (2004). "Sporda Güdülenme Ölçeği -Sgö-"nin Türk Sporcuları İçin Güvenirlik Ve Geçerlik Çalışması. *Spor Bilimleri Dergisi; Cilt 15, Sayı 4; 191-206*.
- Keskin, B. (2008). *Çalışanların Performanslarını Arttırmada Bir Araç Olarak Motivasyon Ve Motivasyon Teknikleri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: AÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü
- Keten, M. (1974). Turkiyede Spor. *Ayyıldız Matbaası, Ankara, 14-19*.
- Kingston, K. M., ve Hardy, L. (1997). Effects of different types of goals on processes that support performance. *The Sport Psychologist*, 11(3), 277-293.

- Kırdar, Y. (2006). *Kurumsallaşan Spor Kulüplerinde Pazarlama İletişimi Faaliyetlerinin, Spor Pazarlaması Sürecinde, Kurum İmajı Üzerine Etkisi; Fenerbahçe Spor Kulübünde Bir Uygulama Örneği*. (Doktor Tezi). İzmir, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı, 59.
- Koca Arıtan, C. (2012). Sporda Sosyokültürel Boyutlar. *Açık Öğretim Fakültesi, Anadolu Üniversitesi Yayınları*.
- Koca, C. (2006). Beden Eğitimi ve Spor Alanında Toplumsal Cinsiyet İlişkileri. *Spor Bilimleri Dergisi*, 17(2), 81-99.
- Koca, C. (2011). Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü ve Türkiye Milli Olimpiyat Komitesinin Toplumsal Cinsiyet Yaklaşımıyla İncelenmesi.
- Kolayış, H., Sarı, İ., ve Köle, Ö. (2015). Takım sporlarıyla uğraşan kadın sporcuların imgeleme, güdülenme ve kaygı puanları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Spormetre Beden Eğitimi Ve Spor Bilimleri Dergisi*, 13(2), 129-136.
- Köroğlu, Ö. (2011). *İş Doyumu ve Motivasyon Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Performansla İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kurtiç, N. (2006). Futbol Seyircisini Saldırganlığa İten Psiko-Sosyal Nedenler (Sakarya İl Örneği). (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi.
- Kuru, E., ve Var, L. (2009). Futbol Seyircilerinin Spor Alanlarındaki Saldırganlık Davranışları Hakkında Betimsel Bir Çalışma (Kırşehir ili örneği). *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(2), 141-153.
- Lee, D., ve Trail, G. (2011). The Influence Of Personal Values And Goals On Cognitive And Behavioral Involvement In Sport. *Journal of Sport Management*, 25(6), 593-605.
- Leeds, M. A., ve Von Allmen, P. (2005). The economics of sports. *Routledge*.
- Lenneis, V., ve Pfister, G. (2015). Gender Constructions And Negotiations Of Female Football Fans. A Case Study In Denmark. *European Journal for Sport and Society*, 12(2), 157-185.
- Liston, K. (2006). Sport And Gender Relations. *Sport in society*, 9(4), 616-633.
- Luthans, F. (1998). *Organisational Behaviour 8th Edition*. Boston, MA: Irwin, McGraw-Hill.
- McDonald, M. A., Milne, G. R., ve Hong, J. (2002). Motivational Factors For Evaluating Sport Spectator And Participant Markets. *Sport marketing quarterly*, 11(2).
- Messner, M. A. (1988). Sports And Male Domination: The Female Athlete As Contested İdeological Terrain. *Sociology of sport journal*, 5(3), 197-211.
- Milne, G. R., ve McDonald, M. A. (1999). *Sport Marketing: Managing The Exchange Process*. Jones And Bartlett Learning.
- Mottaz, C. J. (1985). The Relative Importance Of İntrinsic And Extrinsic Rewards As Determinants Of Work Satisfaction. *The Sociological Quarterly*, 26(3), 365-385.
- Mullin, B. J., Hardy, S., ve Sutton, W. A. (2007). *Sport Marketing, 3th. Illinois: Human Kinetics*.
- Nuhrat, Y. (2017). Fair To Swear? Gendered Formulations Of Fairness İn Football İn Turkey. *Journal Of Middle East Women's Studies*, 13(1), 25-46.
- Önal, A. (1998). *Beden Eğitimi Ve Spor Bilimine Giriş*. Konya: Atlas Yayın Evi.
- Onaran, O. (1981). Çalışma Yaşamında Güdülenme Kuramları. *Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları No: 470 Ankara*.

- Öneş, T. (2002). İçimizdeki Futbol Dışımızdaki Futbol. *Kızılelma Yayıncılık. İstanbul.*
- Or. E. (2009). Taraftar Memnuniyeti. TFF- FGM Futbol Eğitim Yayınları. *İstanbul.s.17-52.*
- Özbaydar, S. (1983). İnsan Davranışının Sınırları ve Spor Psikolojisi. *Altın Kitaplar.*
- Özkal, N. (2013). Sosyal Bilgilere Yönelik İçsel ve Dışsal Güdülerin Özyeterlik Ve Başarı Yönelimlerine Göre Yordanması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 1(27), 98-117.*
- Özsoy, S. (2008). Türk Spor Medyasında Kadın. *Spor Bilimleri Dergisi, 19(4), 201-219.*
- Öztürk, S. B. (2003). Spor, Taraftar Saldırganlığı ve Güvenlik Önlemleri.
- Park, S. H. (2001). A Further Exploration Of The İnvolvement Profiles İn Selected Recreational Sport Activities: Results From A Study İn Korea. *Sport Marketing Quarterly, 10(2), 77-82.*
- Pelak, C. F. (2005). Negotiating Gender/Race/Class Constraints İn The New South Africa: A Case Study Of Women's Soccer. *International Review For The Sociology Of Sport, 40(1), 53-70.*
- Pelletier, L. G., Tuson, K. M., ve Haddad, N. K. (1997). Client Motivation For Therapy Scale: A Measure Of İntrinsic Motivation, Extrinsic Motivation, And Amotivation For Therapy. *Journal Of Personality Assessment, 68(2), 414-435.*
- Pepe, K., Oflaz Hergül, E., ve Koç, İ. (2006). Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesinde Okuyan Öğretmen Adaylarının Boş Zaman Anlayış Ve Alışkanlıklarının Araştırılması. 9. *Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi, 3-6.*
- Pitti, I. (2019). Being Women İn A Male Preserve: An Ethnography Of Female Football Ultras. *Journal Of Gender Studies, 28(3), 318-329.*
- Polat, E. (2013). Spor Seyircilerinin Spor Müsabakalarını Seyretme Sebeplerinin İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Örneği. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). *Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- Polat, E. (2018). Spor Taraftarlığı Özdeşleşmesi ve Basketbol Takım İsim Sponsorluğu Arasındaki İlişki (Doktora Tezi). *Anadolu Üniversitesi.*
- Polat, E., ve Yalçın, H. B. (2020). Spor seyircileri için dışsal ve içsel güdü ölçekleri kısa versiyon uyarlaması ve çok değişkenli ilişkisel bir uygulama. *Spor Bilimleri Arastirmalari Dergisi, 5(1), 111-129.*
- Polat, E., Yıldız, K., ve Yalçın, Hb. (2018). Özel Spor Merkezi Üyelerinin Spora Katılım Güdülleri Ve Tüketici Tatmini Algıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Beden Eğitimi Ve Spor Bilimleri Dergisi , 12 (3), 213-222.*
- Porter, L. W., ve Lawler, E. E. (1968). III. Managerial Attitudes And Performance. *Home Wood, III: Irwin.*
- Ryan, R. M. (1995). Psychological Needs And The Facilitation Of Integrative Processes. *Journal Of Personality, 63(3), 397-427.*
- Ryan, R. M., ve Deci, E. L. (2000). Intrinsic And Extrinsic Motivations: Classic Definitions And New Directions. *Contemporary Educational Psychology, 25(1), 54-67.*
- Ryan, R. M., ve Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory And The Facilitation Of İntrinsic Motivation, Social Development, And Well-Being. *American Psychologist, 55(1), 68.*
- Sabuncuoğlu, Z., ve Tüz, M. (1998). Örgütsel Psikoloji.(3. Baskı). *Alfa Aktüel Yayınları. Bursa.*

- Şallı, A., Çetinkaya, M., Çotuk, M., ve Çotuk, B. (2006). Voleybol Bayan ve Erkek Takım Antrenörlerinin Cinsiyet Ekseninde İncelenmesi. *Muğla: 9. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi*.
- Sarıkulak, İ., ve Koca, C. (2019). Futbol Taraftarlığı Kadınları Marjinalleştiren Doxalar. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 246-263.
- Schwarz, E. C., ve Hunter, J., D.,(2008): Advanced Theory And Practice İn Sport Marketing.
- Selçuk, Z. (1996). Eğitim Psikolojisi. *Pegem Yayınevi. Ankara*.
- Selen, U. (2016). Çalışanların İç ve Dış Motivasyon Tekniklerine Bakış Açılarının Değerlendirilmesi; Yerel Yönetim Örneği.
- Serarslan, M. Z. (1990). Spor Pazarlaması: Sporun Topluma Yaygınlaştırılmasında Pazarlama Tekniklerinden Yararlanma. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Fakültesi Pazarlama Anabilim Dalı*, 7-85.
- Sert, M. (2000). Gol Atan Galip: Futbola Sosyolojik Bir Bakış. *Bağlam Yayıncılık*.
- Silah, M. (2005). Sosyal Psikoloji: Davranış Bilimi. *Seçkin Yayıncılık*.
- Silik, C. E. (2014). Uluslararası Spor Organizasyonlarının Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Etkileri: 2013 Mersin XVII. Akdeniz Oyunlarına Yönelik Bir Uygulama. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). *Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Ankara*.
- Simmons, R. (2006). The Demand For Spectator Sports. *Handbook On The Economics Of Sport*, 77-89.
- Sirmen, L. (2000). Medeni Hukuktaki Son Gelişmelerin Işığı Altında Evlenme ve Boşanma Alanında Yeniden Düzenlenmesi Gereken Konular. *Hukukta Kadın Sempozyumu*, 30, 82-90.
- Smith, A. (2012). Introduction To Sport Marketing. *Routledge*.
- Soykenar, M. (2008). Sağlık İşletmelerinde Personelin Motivasyonunu Etkileyen Faktörler: Dokuz Eylül Üniversitesi Hastanesinde Örnek Bir Uygulama (Doktora Tezi). *DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü*.
- Sutton, W. A., Mcdonald, M. A., Milne, G. R., ve Cimperman, J. (1997). Creating And Fostering Fan İdentification İn Professional Sports. *Sport Marketing Quarterly*, 6, 15-22.
- Tapp, A., ve Clowes, J. (2002). From “Carefree Casuals” To “Professional Wanderers”: Segmentation Possibilities For Football Supporters. *European Journal Of Marketing*.
- Tek, T. (2006). *Türkiye’de Uluslararası Spor Organizasyonları Düzenleyen Federasyonların Karşılaştıkları Problemler*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı. Konya.
- Tellan, D. (2009). Tüketim Kavramını Anlamlandırmak: Tarihi ve Sosyolojisi. B. Dağtaş, ve E. Dağtaş İçinde, *Medya, Tüketim Kültürü Ve Yaşam Tarzları*, 76-100.
- Tezcan, Y. (2006). Liderliğin Çalışanların Motivasyonu Üzerindeki Etkisi (Doktora Tezi). *DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü*.
- Theberge, N. (1997). “It's Part Of The Game” Physicality And The Production Of Gender İn Women's Hockey. *Gender And Society*, 11(1), 69-87.
- Tok, M., Demirbüken, S., ve Karateke, A. (2016). Kadın Taraftarların Özdeşleşme Düzeyleri Ve Küfürlü Tezahürata Yaklaşımlarının Belirlenmesi (Göztepelı Kadın Taraftarlar Örneği).

- Trail, G. T., ve James, J. D. (2001). The Motivation Scale For Sport Consumption: Assessment Of The Scale's Psychometric Properties. *Journal Of Sport Behavior*, 24(1).
- Trail, G. T., Anderson, D. F., ve Fink, J. S. (2000). A Theoretical Model Of Sport Spectator Consumption Behavior. *International Journal Of Sport Management*, 1(3), 154-180.
- Trenberth, L., ve Garland, R. (2007). Sport And Consumer Buying Behavior. *The Marketing Of Sport*, Prentice Hall.
- Tüzün, İ. K. (2006). Örgütsel Güven, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisi; Uygulamalı Bir Çalışma. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Üzüm, H. Çiftçi, M., Çelen, A., Güçlü, Ö. Zen, Çalış, Ç., ve Karlı, Ü. (2017). Kadınların Spor Seyretme Güdülerinin İncelemesi. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 11 (3), 300-309.
- Var, L. (2018). Kırşehir'de Yaşayan Bazı Kadınların Spor Yapma ve Yapmama Nedenleri. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(3), 2320-2328.
- Vertinsky, P. A. (1990). The Eternally Wounded Woman: Women, Doctors, And Exercise In The Late Nineteenth Century. *Manchester University Press*.
- Wankel, L. M., ve Kreisel, P. S. (1985). Factors Underlying Enjoyment Of Youth Sports: Sport And Age Group Comparisons. *Journal Of Sport And Exercise Psychology*, 7(1), 51-64.
- Wann, D. L., ve Pierce, S. (2003). Measuring Sport Team Identification And Commitment: An Empirical Comparison Of The Sport Spectator Identification Scale And The Psychological Commitment To Team Scale. *North American Journal Of Psychology*, 5(3).
- Whitehead, J. R., ve Corbin, C. B. (1991). Youth Fitness Testing: The Effect Of Percentile-Based Evaluative Feedback On Intrinsic Motivation. *Research Quarterly For Exercise And Sport*, 62(2), 225-231.
- Wiersma, L. D. (2000). Risks And Benefits Of Youth Sport Specialization: Perspectives And Recommendations. *Pediatric Exercise Science*, 12(1), 13-22.
- Willis, JD ve Campbell, LF (1992). Egzersiz Psikolojisi . *İnsan Kinetiği Yayıncıları*.
- Yaprak, P., ve Amman, M. T. (2009). Sporda Kadınlar ve Sorunları. *Türkiye Kick Boks Federasyonu Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 39-49.
- Yüksel, M. (2014). Cinsiyet ve Spor. *Tarih Okulu Dergisi*, 7(19), 663-684.
- Zelyurt, M. K. (2017). Futbolda Şiddet ve Taraftarlık (1. Bs.). *Nobel Bilimsel Eserler*. Ankara.
- Zhang, J. J., Pease, D. G., Hui, S. C., ve Michaud, T. J. (1995). Variables Affecting The Spectator Decision To Attend NBA Games. *Sport Marketing Quarterly*, 4, 29-40.
- Zorba, E., Zorba, E., Kesim, Ü., Ağılönü, A., ve Cerit, E. (2006). Üniversite Öğrencilerinin Rekreatif Etkinliklere Katılım Düzeylerinin Belirlenmesi (Muğla Üniversitesi Örneği), 9. *Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi Bildiri Kitabı*, 43-44.

## **EKLER**

### **EK 1. Anket Formu**

#### **BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ SPOR YÖNETİCİLİĞİ ANABİLİM DALI**

#### **ANKET FORMU**

**Değerli katılımcılar,**

Bu araştırmada, kadın spor taraftarlarının sporu seyretme güduları ve taraftarı oldukları takım ile özdeşleşme düzeylerini öğrenmek amaçlanmaktadır. Araştırmada konuyla ilgili bilgilerinize başvurulmaktadır. Değerlendirme sürecindeki samimiyetiniz ve desteğiniz araştırma açısından çok değerlidir. Vereceğiniz bilgiler, bu araştırma haricinde başka hiçbir yerde kullanılmayacaktır. Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz.

**Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi**

**Spor Bilimleri Fakültesi**

**Merve AKKOÇ Doç.Dr. Hanifi ÜZÜM**

#### **Kişisel Bilgiler**

**Yaş:** \_\_\_\_

**Eğitim Düzeyi:**

☐ İlkokul/Ortaokul mezunu    ☐ Lise mezunu    ☐ Üniversite Öğrencisi    ☐ Üniversite mezunu

**Medeni Durum:**

☐ Evli    ☐ Bekar

**Mesleğiniz:** \_\_\_\_\_

**Spor Yapma Sıklığınız:**

☐ Her Gün    ☐ Haftada İki Gün    ☐ Neredeyse Hiç

**Spor Seyretme Sıklığınız:**

☐ Her Gün    ☐ Haftada İki Gün    ☐ Neredeyse Hiç

**Taraftarı olduğunuz Futbol takımı:** \_\_\_\_\_

| Sporu seyretme nedenim; |                                                                    | Hiç | Katılmıyorum | Katılmıyorum | Bazen | Kararsızım | Bazen | Katılıyorum | Tamamen | Katılıyorum |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----|--------------|--------------|-------|------------|-------|-------------|---------|-------------|
| 1                       | Genel kültür seviyemi arttırmasıdır.                               | 1   | 2            | 3            | 4     | 5          | 6     | 7           |         |             |
| 2                       | Kişisel gelişimimi olumlu yönde etkilemesidir.                     | 1   | 2            | 3            | 4     | 5          | 6     | 7           |         |             |
| 3                       | Etrafımdaki insanlarla konuşmamı sağlamasıdır.                     | 1   | 2            | 3            | 4     | 5          | 6     | 7           |         |             |
| 4                       | Arkadaşlarımla bir araya gelmemi sağlamasıdır.                     | 1   | 2            | 3            | 4     | 5          | 6     | 7           |         |             |
| 5                       | İnsanlarla tanışma fırsatı sağlamasıdır.                           | 1   | 2            | 3            | 4     | 5          | 6     | 7           |         |             |
| 6                       | Sporun, yaşadığım toplum içerisinde yaygın olarak seyredilmesidir. | 1   | 2            | 3            | 4     | 5          | 6     | 7           |         |             |
| 7                       | Sporun, yaşadığım toplum içerisinde yaygın olarak yapılmasıdır.    | 1   | 2            | 3            | 4     | 5          | 6     | 7           |         |             |
| 8                       | Gündemde olmasıdır.                                                | 1   | 2            | 3            | 4     | 5          | 6     | 7           |         |             |
| 9                       | Ailemle birlikte hoş vakit geçirmemi sağlamasıdır.                 | 1   | 2            | 3            | 4     | 5          | 6     | 7           |         |             |
| 10                      | Oluşan atmosferi ailemle paylaşmaktan hoşlanmamdır.                | 1   | 2            | 3            | 4     | 5          | 6     | 7           |         |             |
| 11                      | Medyadaki spor haberlerinden etkilenmemdir.                        | 1   | 2            | 3            | 4     | 5          | 6     | 7           |         |             |
| 12                      | Medyada geniş yer bulduğu içindir.                                 | 1   | 2            | 3            | 4     | 5          | 6     | 7           |         |             |
| 13                      | Müsabaka öncesinde medyanın yarattığı atmosferdir.                 | 1   | 2            | 3            | 4     | 5          | 6     | 7           |         |             |

|    |                                                                                      |   |   |   |   |   |   |   |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| 14 | Dış etkilere (şike, doping, vb.) uzak olmasıdır.                                     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 15 | Spor branşlarının şiddetten uzak olmasıdır.                                          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 16 | Spor branşlarının olumsuz davranışlardan (kavgalar, küfürler, vb.) uzak olmasıdır.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 17 | Bahis oynamamdır.                                                                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 18 | Daha iyi bahis oynayabilmektir.                                                      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 19 | Üzerine bahis oynadığım müsabakaların sonuçlarını merak etmemdir.                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 20 | Kurallar hakkında daha fazla bilgi edinmemi sağlamasıdır.                            | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 21 | Oyun kurallarını bilmemdir.                                                          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 22 | Spor branşlarını tüm yönleriyle anlamamı sağlamasıdır.                               | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 23 | Estetik değeri olan hareketleri barındırmasıdır.                                     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 24 | Estetik hareketlerin ön planda olduğu mücadelelerden hoşlanmamdır.                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 25 | Aile üyelerimin bir araya gelmesini sağlamasıdır.                                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1  | Favori takımımın hayatımda önemli bir yere sahip olmasıdır.                          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 2  | Kendimi favori takımımın gerçek bir taraftarı olarak görmemdir.                      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 3  | Favori takımımı ayrılmaz bir parçam olarak görmemdir.                                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4  | Doğduğum şehrin takımını/sporcusunu desteklemek istememdir.                          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 5  | Kendimi doğduğum şehrin takımının/sporcusunun gerçek bir taraftarı olarak görmemdir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 6  | Yaşadığım şehrin takımını/sporcusunu desteklemek istememdir.                         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

|    |                                                                                      |   |   |   |   |   |   |   |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| 7  | Oyun zekâsını ön planda tutan sporcuların ilgimi çekmesidir.                         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 8  | Farklı taktikleri görmek istememdir.                                                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 9  | Takımların uyguladıkları taktiklere dikkat etmemdir.                                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 10 | Stres atmama yardımcı olmasıdır.                                                     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 11 | Can sıkıntımı gidermeme yardımcı olmasıdır.                                          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 12 | Beni rahatlatmasıdır.                                                                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 13 | Milli duygularımdır.                                                                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 14 | Milli takımın/sporunun taraftarı olmamdır.                                           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 15 | Milli takımı/sporcuyla desteklemek istememdir.                                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 16 | Sporun hayatımın vazgeçilmez bir parçası olmasıdır.                                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 17 | Kendimi sporun tutkunu olarak görmemdir.                                             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 18 | Sporu sevmemdir.                                                                     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 19 | Heyecan duymamı sağlamasıdır.                                                        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 20 | Rekabet düzeyi yüksek mücadelelerden hoşlanmamdır.                                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 21 | Rekorları zorlayan sporcuların (bireysel/takım) verdikleri mücadeleden hoşlanmamdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

**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 görüyorsunuz?**

Taraftarı değil İyi taraftarı

1      2      3      4      5      6      7      8

**3. Arkadaşlarınız sizi tuttuğunuz takımın ne kadar gl bir taraftarı olarak görürler?**

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?**

nemli değil

Çok nemli

1 2 3 4 5 6 7 8

**6. Tuttuğunuz takımın en büyük rakiplerinden ne kadar nefret edersiniz?**

Nefret etmem  
ederim

Çok nefret

1 2 3 4 5 6 7 8

**7. Tuttuğunuz takımın adını ya da armasını işyerinizde yaşadığımız yerde ya da kıyafetlerinizde ne sıklıkla gösterirsiniz?**

Hiç

Her zaman

1 2 3 4 5 6 7 8

**Size kadınların sporu seyretmesine engel olan sebepler nelerdir?**

---