

T.C.
ORDU ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**FUTBOL TARAFTARLARININ TAKIMLARIYLA
ÖZDEŞLEŞME DÜZEYLERİ İLE TAKIMLARINA
YÖNELİK MERAK DÜZEYLERİ ARASINDAKİ
İLİŞKİ:
SAMSUNSPOR TARAFTARLARI ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Abdurrahim KILIÇ

Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı

TEZ DANIŞMANI
Doç. Dr. Ayhan DEVER

ORDU-2020

ONAY

Ordu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü öğrencisi Abdurrahim KILIÇ tarafından hazırlanan ve Doç.Dr. Ayhan DEVER danışmanlığında yürütülen “ Futbol Taraftarlarının Takımlarıyla Özdeşleşme Düzeyleri İle Takımlarına Yönelik Merak Düzeyleri Arasındaki İlişki: Samsunspor Taraftarları Örneği” adlı bu tez, jürimiz tarafından 03 / 07/ 2020 tarihinde oybirliği/oyçokluğu ile Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı Beden Eğitimi ve Spor Tezli Yüksek Lisans Programında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Danışmanı : Doç.Dr. Ayhan DEVER

Başkan : Doç.Dr. Ayhan DEVER İmza.....
Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı
Ordu Üniversitesi

Jüri Üyesi : Dr.Öğr. Üyesi Mücahit FİŞNE İmza.....
Spor Yönetim Bilimleri Anabilim Dalı
Cumhuriyet Üniversitesi

Jüri Üyesi : Dr.Öğr. Üyesi Ercüment ERDOĞAN İmza.....
Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı
Ordu Üniversitesi

ONAY

... / ... / 20... tarihinde enstitüye teslim edilen bu tezin kabulü, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun/...../20... tarih ve sayılı kararı ile onaylanmıştır.

...../...../20...

Enstitü Müdürü
Doç.Dr. Alparslan İNCE

TEZ BİLDİRİMİ

Tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

İmza

Abdurrahim KILIÇ

TEŞEKKÜR

Yüksek Lisans programına kayıt olduğum ilk gün tanıma fırsatı yakaladığım ve onur duyduğum, eşsiz bilgilerinden faydalandığım, tezimin hazırlanma aşamasında akademik desteği bir an olsun esirgemeyen ve katkıları ile tezimin oluşmasında büyük emeği, yaptığım yanlışlarda hiçbir zaman kızmayan, daima pozitif yönde beni tezimin biteceğine inandıran çok kıymetli ve değerli tez danışmanım Doç. Dr. Ayhan DEVER'e, Yüksek Lisans eğitimim boyunca bana yardımcı olan Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Müdürü sayın Doç. Dr. Alparslan İNCE'ye, yine tez çalışmasının hazırlanmasında ve veri analizleri konusunda yardımını esirgemeyen Prof. Dr. Soner ÇANKAYA'ya, tez dönemim boyunca desteğini bir an olsun esirgemeyen Müdür Yardımcımız sayın Dr. Öğr. Üyesi Burkay CEVAHİRCİOĞLU'na, anket çalışmasında bana yardımcı olan Samsunsporlu taraftarlara ve taraftar gruplarına ve değerli Samsun halkına şükranlarımı sunuyor, teşekkür ediyorum.

ÖZET

FUTBOL TARAFTARLARININ TAKIMLARIYLA ÖZDEŞLEŞME DÜZEYLERİ İLE TAKIMLARINA YÖNELİK MERAK DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: SAMSUNSPOR TARAFTARLARI ÖRNEĞİ

Amaç: Bu araştırmanın amacı Samsunspor taraftarları özelinde, futbol taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri ile takımlarına yönelik merak düzeyleri arasındaki ilişkinin ortaya konmasıdır. Bu doğrultuda, çalışmada taraftarların takımları ile özdeşleşme düzeylerinin takımlarına yönelik merak düzeyleri, özel bilgi, genel bilgiler ve spor tesis bilgisi ile olan ilişkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırmanın bir diğer amacı ise cinsiyet, yaş, medeni durum, katılımcıların eğitim düzeyleri, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, taraftar türü, lisanslı spor yapma durumu, takımın lisanslı ürünlerini satın alma durumu ile özdeşleşme ve spora özel merakları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını ortaya koymaktır.

Gereç ve Yöntem: Çalışmada verilerin elde edilmesi noktasında anket yöntemine başvurulmuştur. Anket içerisinde katılımcıların kişisel bilgileri ve spora yönelik görüşlerinin yer aldığı kısım ile taraftarı olunan takımla özdeşleşme düzeyinin belirlendiği kısım ve takımlarına yönelik merak düzeylerini ortaya koyan soruların yer aldığı kısım yer almaktadır.

Araştırmada katılımcıların kişisel bilgilerini ortaya koyan sorular içerisinde cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, meslek, aylık gelir düzeyi ve yaşanan yer soruları yer almaktadır. Katılımcıların spora yönelik görüşlerini ortaya koyan sorular içerisinde ise “lisanslı olarak spor yapma durumu, takımın maçlarının nereden izlendiği, taraftarı olunan takımın maçlarına gitme sıklığı, taraftar türü, üyelik durumu, taraftarı olunan takımın lisanslı ürünleri satın alma ve maçlarına ne sıklıkla gitme durumu ile tutulan takımın lisanslı ürünlerini satın alma durumu” soruları yer almaktadır.

Bulgular: Bu çalışmada Samsunspor taraftarları örnekleminde tutulan takımla özdeşleşme düzeyi ile takıma yönelik merak arasındaki ilişki ortaya konmaya çalışılmış, bu kapsamda da 392 taraftar ile görüşülmüş. Anket uygulamansın yer aldığı

araştırmada katılımcıların takımlarıyla özdeşleşme düzeylerinin %46,52 olduğu ortaya çıkmış iken merak düzeyleri %44,61 olarak ortaya çıkmıştır. Katılımcıların %36'sının sadece taraftar olduğu, %64'ünün ise fanatik taraftar olduğu ortaya çıkmıştır.

Sonuç: Tutulan takımla özdeşleşme düzeyi ile takıma yönelik merak ve genel bilgi, özel bilgi ve spor tesisine yönelik bilgi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Tutulan takıma yönelik merak düzeyi ile; cinsiyet, taraftar türü ve takımın lisanslı ürünlerini satın alma durumu arasında anlamlı bir farklılık olduğu ortaya çıkmış iken yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi ve lisanslı spor yapma arasında anlamlı bir farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır.

Tutulan takıma yönelik özdeşleşme düzeyi ile; cinsiyet, yaş, medeni durum, takımın lisanslı ürünlerini satın alma durumu ve taraftar türü arasında anlamlı bir farklılık olduğu buna karşın arasında ise eğitim düzeyi, anne eğitim, baba eğitim düzeyi ve lisanslı spor yapma arasında anlamlı bir farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Samsunspor, Futbol Taraftarı, Taraftar Özdeşleşme, Taraftar Merak,

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE TEAMS OF FOOTBALL FANS AND EQUIVALENT LEVELS AND THEIR INTEREST FOR TEAMS: SAMSUNSPOR FANS EXAMPLE

Objective: The aim of this research is to reveal the relationship between the football fans' teams and their level of identification and their curiosity about Samsunspor fans. In this direction, the aim of the study is to reveal the curiosity of the fans and their level of identification with their teams, their relationship with special information, general information and sports facility information. Another aim of the study is whether there is a significant difference between gender, age, marital status, education level of the participants, mother education level, father education level, fan type, licensed sports, the team's purchase of licensed products, and identification and sports-specific.

Material and Method: In the study, the survey method was used to obtain data. The questionnaire includes the personal information of the participants and their opinions about the sport, and the part where the level of identification with the team that is supported and the questions that reveal their level of curiosity towards their teams.

In the research, the questions that reveal the personal information of the participants include gender, age, marital status, education level, mother education level, father education level, occupation, monthly income level and place of residence. Among the questions that reveal the opinions of the participants about the sport, “the status of doing sports by being licensed, where the matches of the team are watched, the frequency of going to the matches of the advocated team, the type of the fan, the status of the membership, the number of the team that is supported by the licensed products, and how often the team is kept in the matches.

Results: In this study, the relationship between the level of identification with the team held in the Samsunspor fans sample and the curiosity towards the team was tried to be revealed, in this context, 392 fans were interviewed. In the study, in which the questionnaire was applied, the level of identification of the participants with their teams was found to be 46.52%, while the curiosity levels were 44.61%. It was revealed

that 36% of the participants were only fans, and 64% were fanatical fans. Conclusion: - There was a positive relationship between the level of identification with the team held and the curiosity and general knowledge, special knowledge and information about the sports facility. With the level of curiosity towards the held team; While there was a significant difference between gender, fan type and the team's purchase of licensed products, there was no significant difference between age, marital status, education level, mother education level, father education level and licensed sports. With the level of identification for the team held; However, there was a significant difference between gender, age, marital status, purchasing of licensed products of the team and fan type, whereas there was no significant difference between education level, mother education, father education level and doing licensed sports.

Keywords: Samsunspor, Football Fan, Fan Identification, Fan Curiosity

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

İÇ KAPAK SAYFASI

ONAY

TEZ BİLDİRİMİ I

TEŞEKKÜRLER.....II

ÖZETIII

ABSTRACT.....V

İÇİNDEKİLER..... VII

ŞEKİLLER DİZİNİ.....X

TABLolar DİZİNİXI

SİMGELER VE KISALTMALAR.....XIII

GİRİŞ 1

1.SPOR KAVRAMI..... 4

1.1. Spor Nedir? 4

1.2. Sporun Tarihsel Gelişimi 5

1.3. Spor ve Toplum..... 7

2. FUTBOL KAVRAMI 9

2.1. Bir Spor Dalı Olarak Futbol..... 9

2.2. Futbol Saha Ve Malzeme Bilgisi10

2.3. Futbolun Tarihsel Gelişimi10

2.4. Dünya’da Futbol.....12

2.5. Türkiye’de Futbol.....15

3.SAMSUNSPOR.....19

3.1. Samsunspor'un Kuruluşu ve Gelişimi	19
3.2. 20 Ocak 1989 Faciası	21
3.3. Samsunspor'da Futbol Taraftarlığı.....	22
4.FUTBOL KİMLİK KAVRAMI	25
4.1. Sosyal Bir Kimlik Olarak Taraftarlık	25
4.2. Sosyal Bir Kimlik Olarak Futbolda Taraftarlar Kimliği.....	26
4.2.1. Taraftar Türleri	28
4.3. Özdeşleşme	31
4.3.1. Özdeşleşme Alanları	32
4.3.1.1. Kişi-Kişi Özdeşleşmesi	32
4.3.1.2. Kişi-Takım Özdeşleşmesi	32
4.3.1.3. Küme(Takım)-Küme(Takım) Özdeşleşmesi.....	33
4.3.1.4. Kişi-Kültürel/Sportif İmge (İmaj) Özdeşleşmesi	33
4.4. Futbol Taraftarlığı ve Özdeşleşme	33
4.5. Merak Kavramı	35
4.5.1. Algısal Meraklılık.....	37
4.5.2. Bilgisel Meraklılık	37
4.5.3. Meraklı Bireylerin Sahip Olduğu Özellikler.....	38
5.GEREÇ VE YÖNTEM	39
5.1. Araştırmanın Modeli.....	39
5.2. Araştırmanın Konusu ve Amacı.....	41
5.3. Araştırmanın Hipotezleri	41
5.4. Araştırmanın Evreni Ve Örneklemi.....	43
5.5. Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması	44
5.5.1. Varsayımlar	45

5.5.2. Sınırlılıklar	45
5.5.3. İstatistiksel Yöntemler	46
5.5.4. Araştırmanın Değişkenleri	46
6.BÖLÜM BULGULAR	47
6.1. Demografik ve Betimleyici Bulgular	47
6.2. Ölçeklere İlişkin Analiz Bulguları	50
7.BÖLÜM TARTIŞMA	77
8.BÖLÜM SONUÇ VE ÖNERİLER	83
KAYNAKLAR	85
EKLER	101
Ek 1: Anket	101
Ek 2: Spora Özel Merak Ölçeği	103
Ek 3: Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği	104
ÖZGEÇMİŞ	105

ŞEKİLLER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 5.1. Samsunspor Resmi Logosu	21
Şekil 5.2. Araştırma Kapsamında Oluşturulan Model-1	40
Şekil 5.3. Araştırma Kapsamında Oluşturulan Model-2	41

TABLolar DİZİNİ

Sayfa No

Tablo 6.1. Demografik bilgilere ilişkin frekans dağılım tablosu.....	48
Tablo 6.2. Spora ilişkin görüşlere ait frekans dağılım tablosu	50
Tablo 6.3. Ölçek Puanları ile taraftarların cinsiyetleri Arasındaki farklılığa ilişkin Mann Whitney U testi sonucu.....	51
Tablo 6.4. Ölçek Puanları ile taraftarların cinsiyetleri Arasındaki farklılığa ilişkin Mann Whitney U testi sonucu.....	53
Tablo 6.5. Ölçek Puanları ile taraftarların Lisanslı olarak spor yapıp – yapmamaları Arasındaki farklılığa ilişkin Mann Whitney U testi sonucu	54
Tablo 6.6. Ölçek Puanları ile taraftarların kendilerini tanımlamaları Arasındaki farklılığa ilişkin Mann Whitney U testi sonucu	55
Tablo 6.7. Ölçek Puanları ile taraftarların yaşları Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskall-Wallis H testi sonucu	57
Tablo 6.8. Ölçek Puanları ile taraftarların eğitim düzeyleri Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskall-Wallis H testi sonucu.....	58
Tablo 6.9. Ölçek Puanları ile taraftarların Anne Eğitim düzeyleri Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskall-Wallis H testi sonucu.....	59
Tablo 6.10. Ölçek Puanları ile taraftarların Baba Eğitim düzeyleri Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskall-Wallis H testi sonucu.....	61
Tablo 6.11. Ölçek Puanları ile taraftarların meslekleri Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskall-Wallis H testi sonucu	62
Tablo 6.12. Ölçek Puanları ile taraftarların aylık gelir düzeyleri Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskall-Wallis H testi sonucu.....	63
Tablo 6.13. Ölçek Puanları ile taraftarların yaşadıkları yer Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskall-Wallis H testi sonucu.....	65

Tablo 6.14. Ölçek Puanları ile taraftarların takımlarının maçlarını izlediği yer Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskall-Wallis H testi sonucu	65
Tablo 6.15. Ölçek Puanları ile taraftarların takımlarının maçlarını izlemeye gitme sıklıkları Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskall-Wallis H testi sonucu ...	67
Tablo 6.16. Ölçek Puanları ile taraftarların takımlarına üyelik durumları Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskall-Wallis H testi sonucu.....	69
Tablo 6.17. Ölçek Puanları ile taraftarların takımlarına lisanslı ürünleri alma düzeyleri Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskall-Wallis H testi sonucu...	71
Tablo 6.18. Spor taraftarı özdeşleşme ölçeği ile spora özel merak ölçeği puanları arasındaki ilişkiye dair korelasyon testi sonucu	73
Tablo 6.19. Hipotezlerin değerlendirilmesi	74

SİMGELER VE KISALTMALAR

FA CUP	:	The Football Association Challenge Cup
FIFA	:	Federation Internationale de Football Association
UEFA	:	Union of European Associations
TSYD	:	Türkiye Spor Yazarlar Derneği
GSGM	:	Gençlik Spor Genel Müdürlüğü
TFF	:	Türkiye Futbol Federasyonu
TİCİ	:	Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakı
TSK	:	Türk Spor Kurumu
BTGM	:	Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü

GİRİŞ

Günümüzün önemli bedensel faaliyetlerinden bir tanesi de şüphesiz ki futboldur. Futbolun düz bir zeminde oynanabilmesi, basit kuralları olması ve oynamak için fazla bir unsura gerek olmaması, bu sporu daha da oynanabilir ve halk arasında daha popüler bir hale getirmiştir.

Futbolun basit bir oyun olması ve yüzbinlerce insanı peşinden sürüklemesi, dünya genelinde futbolun görünürlüğünü daha da arttırmaktadır. Bu durumun sonucunda ise halkın büyük bir çoğunluğu kendisini bir futbol taraftarı olarak nitelendirmektedir.

Her geçen dönemde futbola olan ilgi artmış, elde ettiği küresel pazarda milyarlarca kişiyi peşinden koşturan bir endüstri haline gelmiştir.

Bu yönüyle futbol taraftarlığını ‘‘oyunu izleyen kitle’’ olarak tanımlamak mümkün değildir. Futbol ve taraftarlık konusu ekonomik, toplumsal ve bireysel ilişkiler içinde değerlendirilmelidir (Akbaş, 2012).

Futbolun gösterişsiz sahalardan, mahalle aralarında kısıtlı imkânlaralar ile oynanan bir oyundan günümüzde son derece teknolojik sahalara ve evimizdeki televizyondan izlenebilir hale gelmesi, futbolun insanlar üzerindeki etkisiyle açıklanabilir. Monoton ve bunaltıcı iş dünyası yaşamına karşın evimizde, maç yayını veren yerlerde ya da stadyumlarda takımlarının maçlarını izleyen kişi, stresten ve yorgunluktan uzaklaşarak kendini rahatlatmaktadır (Kaplan Y, 2004).

Günümüzde, kitle iletişim araçlarının gelişmesi ile birlikte geniş halk topluluklarının spora olan ilgisini daha da arttırmış, bu sayede spor bazı bedensel hareketler ve basit bir yarışma olmaktan çıkmış, insanları peşinden sürükleyen heyecan ve seyir aracı olmuştur (Gençay, 2004).

Batı ülkelerine bakıldığında genelde yaşanan şehrin takımının veya komşu şehirlerin takımlarının tutulduğu görülmektedir. Bunda ise özellikle de bir taraftar kültürünün oluşmuş olmasının etkin bir rolü vardır. Çoğu insan, kendi şehrinin futbol takımını desteklemekte ve maçlarına gitmeye çalışmaktadır. Elbette ki özellikle de Avrupa’da da oldukça güçlü takımlar vardır ancak halk, bu güçlü takımları değil, yine kendi şehirlerinin takımlarını tutmaya devam etmektedir.

Buna karşın ülkemizde ki durum büyük oranda Avrupa'daki futbol taraftarlığından farklıdır. Ülkemizde daha ziyade dört büyükler olarak adlandırılan Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray ve Trabzonspor takımları tutulmaktadır. Ülkemizin en ücra köşesinde yaşayan birisi, kendisini bahsi geçen kulüplerden birinin taraftarı olarak adlandırmaktadır. Dikkat edilecek olursa futbol taraftarı olmak oldukça basit bir durumdur. Verilen bir kararla, kilometrelerce ötedeki bir futbol takımının taraftarı olunabilmektedir.

Taraftarı oldukları takım ile özdeşleşen yaşamları boyunca oluşturdukları aidiyetlerine spor aidiyet duygusunu da ekleyen taraftar, sporun branşına ve sporun önemine göre, bazen bir müşteri, bazen bir izleyici, bazen de spora etki eden özne olabilmektedir (Çetin, 2015).

İnsanlar futbol sayesinde güdülerini kontrol altına alabilmekte özdeşleşerek, iftihar duyularak ve aidiyet duygusu kazanılarak, günlük hayatın stresinden uzaklaşabilmektedirler (Şen E, 2004).

Seyirci sporlarında kişilerin kimlik duygusu ve kimliğinin onaylanması dikkat çekmektedir. Kimlik kazanma duygusu, bir yandan sporcuların ve farklı taraftarların tecrübelerine ortak olma, diğer yandan ise başkalarının sportif performanslarını kendi performansları ile kıyaslayarak, kendini anlamada ölçüt olarak görme olarak açıklanabilir. (Şentürk Ü, 2007).

Yapılan araştırmalar sonucunda özdeşleme düzeylerinin yüksek olması durumunda, takımı kaybetmişse kişinin kendisinin kaybetmiş olarak benimsediğini ve zaman zaman agresif davranışlar sergilediğini ortaya koymuşlardır. Yüksek düzeyde takım özdeşleşmesi grup halinde dayanışmaya yol açmaktadır. Grup dayanışmasının sonucunda; ait olma, birliktelik duygusunu ile diğer taraftar gruplarına karşı düşmanlık beslenmekte, " biz ve onlar" anlayışı ortaya çıkmaktadır. (Wann, 1997).

İnsan hayatı tamamen çeşitli kimliklerle çevrilidir. Futbol taraftarlığı da insanların etrafını çeviren kimliklerden bir tanesidir. Buna bağlı olarak taraftarları bu takımlara çeken temel unsur ise daha güçlü bir kimlik vaadidir. Diğer bir ifade ile özellikle İstanbul takımları tutulmakta ve kendi şehrinin takımlarına pek yönelmemektedir. Özellikle de bahsi geçen takımların, sürekli bir şekilde başarılı olmaları ve ligi ilk sıralarda bitirmeleri, halkı bu takımlara çeken temel unsurdur. Zira

İstanbul dışında yaşayan ve İstanbul'u ömründe görmemiş ve bahsi geçen takımların maçlarına bile gitmemiş birisi kolay bir şekilde kendisini dört büyüklerin taraftarı olarak görebilmekte ve taraftarı olduğu takımı uğruna her şeyi göze alabilmektedir.

Güçlü bir kimlik vaadi eksenli taraftar olma durumu ülkemize has bir özellik olarak nitelendirilebilir. Buna bağlı olarak bu taraftarlar da kulüpleri ile özdeşleşme düzeyi de oldukça fazla olmaktadır. Çünkü kulübün sunduğu kimlik, taraftarları aşırı derecede etkilemekte ve taraftar da kendisini takımıyla aşırı derecede özdeşleştirmektedir. Bu durumun bir sonucu olarak İstanbul dışında yaşayan bir taraftar, takımına ait olan her şeyi merak etmekte, takımının maçlarını izlemekte, takımına yönelik lisanslı ürünleri satın almakta ve takımına destek olmaktadır.

Bu şekilde ortaya çıkan taraftar yapısı özellikle dört büyükler olarak adlandırılan spor kulüpleri için geçerlidir. Ancak ülkemizde sınırlı düzeyde de olsa yaşanan şehrin takımı da tutulmaktadır. Bu çalışmada yaşadıkları şehrin takımı (Samsunspor'u) taraftarı olan taraftarların, takımlarıyla özdeşleşme düzeyleri ve takımlarına yönelik merak düzeyleri arasındaki ilişki ortaya konmaya çalışılacaktır.

Tarihi asırlar öncesine dayanan ve her zaman taraftar olgusunu içinde barındıran futbolda, kişileri büyüleyen etkisi ile takımları ile bir bütün olan takımı ile özdeşleşen taraftar, futbol ile futbol taraftarlığını birbirinden ayrılmaz 2 parça haline getirmiştir.

Çeşitli tanımlamalar ile açıklanabilen merak, çok boyutlu bir kavram olduğunu ve içerisinde bilgisel ve algısal merakın yanı sıra sosyal, durumluk, duyuşsal ve sürekli merakında yer edindiği yapılan araştırmalar sonucu ortaya konulmuştur (Acun ve ark., 2013).

Türkiye'nin önemli spor kulüplerinden biri olan Samsunspor kulübünün; "Futbol taraftarlarının takımlarıyla özdeşleşmesi düzeyleri ile takımlarına yönelik merak düzeyleri arasındaki ilişki" araştırma uygun görülmüştür.

1.SPOR KAVRAMI

1.1. Spor Nedir?

Spor, ilk insanlardan günümüze kadar insanların ilgi odağı olmuştur (Fişek, 1985). Spor sözcüğünün kökeni, Latince'den gelmektedir (desportare ve isportus = oyalanmak, hoşça vakit geçirmek, eğlenmek). Bu kelimeler zaman içerisinde İngilizce'de eğlenme, zaman öldürme, hobi anlamına gelen "sport" kelimesine dönüşmüştür (Voigt, 1998).

İnsanlık tarihi kadar eski olan sportif aktiviteler, eski uygarlıklar döneminde beceri ve yarışma oyunları olarak ortaya çıkmıştır. Eğlencenin yanı sıra, toplumda gücün simgesi ve geçimi sağlama aracı da olan spor (Fişek, 1985), günümüzde de kişilerin, fiziksel ve zihinsel gelişimlerinin yanında sosyo- ekonomik açıdan da önemli bir kalkınma aracı haline gelmiştir (Yetim, 2011).

Spor kelimesinin anlamına bakıldığında; tek ya da toplu olarak yapılabilen, kendine özgü kuralları olan, genelde yarışmaya dayalı, ruhsal ve zihinsel gücün gelişiminde etkili olan, toplumsal ilişkilerin gelişmesine katkı sağlayan, belirli kurallara dayalı bireysel ya da toplu, araçlı ya da araçsız şekilde yapılabilen, bazı kişilerce meslek olarak yapılabilen, bazı kişilerin ise boş zamanlarını değerlendirmek amacı ile yaptıkları eğitici ve eğlendirici bir uğraş (Kılıcıgil, 1985) olarak tanımlandığını görmemiz mümkündür.

Diğer bir tanımda spor; bireysel ya da takım halinde yapılan, kendine has kuralları olan, bedensel ve zihinsel gelişime katkı sağlayan, vücudun gelişimini arttırmak için yapılan çalışma (Savaş, 1997) şeklinde tanımlanmaktadır. Başka bir tanımlama da ise spor; insanların sağlıklı kalma, eğlenme ve boş zamanlarını değerlendirmek için bireysel veya toplu halde icra edilen bir etkinlik (Mahmood, 2016) olarak açıklanmaktadır.

Spor, oyun ile mücadelenin birleştiği, ağır çalışmaların gerektiği mücadelenin sonucunda kazananın ödüllendirildiği ve insanların ilgilendiği sürekli bir uğraştır (Kılıcıgil, 1998).

Spor, teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkan kolaylıklar sonucunda monoton yaşama alternatif, sağlıklı yaşamak için bir araç, bir yandan kırılması güç rekorlar için sağlığını tehdit eden bir faaliyet, büyük kazançlar elde etmemizi sağlayan muhteşem organizasyonlar için şans diğer yandan ise sıcak savaşlarda dünyada kullanılan ulusal bir prestij yoludur (Öztürk, 1998).

Sporun en sade şekildeki tanımı ise; bedeni veya zihni geliştirmek amacıyla kişisel veya toplu olarak geliştirilen, bazı kurallara göre uygulanan hareketlerin tümü (sporbilim,2012) şeklindedir.

Yukarıda yer alan tanımlamalara rağmen, günümüzde yapılan çeşitli bedensel aktivitelerin, sporun kapsama alanına girip girmediği tartışılmaktadır. Bu nedenle bir rekreatif faaliyetin spor branşı olarak kabul edilmesi için şartları belirlemek gerekmektedir. Bu nedenle bedensel bir faaliyetin spor faaliyeti olarak değerlendirilmesi için asgari şartlar; haz alma (neşe, şaka, kendini aşma, belirli deneyimler kazanma), bedensel hareketler içermek, performans (kendisinin ya da başka kişilerin performansına yönelik) sergileme ve normlaştırma (amacına ve kurallara göre ayarlanmış) olarak belirtilebilir (Voight, 1998).

Gelişmiş toplumlar sporu hayatın bir parçası olarak görürken, gelişmemiş toplumlarda ise sportif faaliyetlerin önemi yeterince kavranamamıştır. Günümüzde, toplumun spora olan yaklaşımları, toplumun genel yapısı hakkında bilgi verebilmekte ve spor, toplumlar arası gelişmişliğin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir (Yetim, 2000).

1.2. Sporun Tarihsel Gelişimi

Sportif aktivitelerin ilk olarak nerede ve ne zaman yapıldığına dair tahmin yapmak mümkün değildir. Ancak spor, ilk insanların ortaya çıkışından itibaren gelişerek ve değişerek günümüze kadar insanların hayatında yer edinmiştir. Bu uzun dönem içerisinde spor; farklı dönemlerde farklı amaçlara hizmet etmiştir. İlkel çağlarda doğaya karşı koyma ve onunla baş edebilme zorunluluğundan dolayı insanlara kendilerini koruma amacı ile hizmet etmiş ve insanların hayatta kalmasına olanak sağlamıştır (Karaköse, 2013).

Bedensel aktiviteleri gerçek manada spor olarak değerlendirebilmemiz için insanların hayatlarını idame ettirmeye yönelik amaçlarının biçim değiştirmesi gerekmektedir. İnsanlığın üretim ve hayvancılık faaliyetleri ile başlayan yaşantısı, doğayla olan bağımlılığından kurtularak beraber iş birliği yapmalarını sağlamıştır. İnsanların yerleşik hayata geçişi ile birlikte “avcılık becerisi” olan okçuluk bir “spor” dalı olarak ortaya çıkmıştır (Kılıcıgil, 1985).

Spor toplumların yaşam mücadelesi sırasında insanlara farklı konularda hizmet ederken bir yandan da benzer bir yapıya sahip olarak gelişmiştir. Tarih boyunca sosyalleşen insanlar, yaratıcılıklarını ortaya da koyarak eğlenceli faaliyetlere de zaman ayırmışlar ve günümüzdeki sportif faaliyetlerin temelini atmışlardır. O dönemlerde sporu boş zamanlarını daha eğlenceli hale getirmek için kullanmışlardır. Geçen zaman dilimi içerisinde bireylerin boş zamanları, kitlelerin boş zamanına dönüşmüş ve spor da kitlesel bir hale gelmiştir (Fişek, 1980).

Spor, insanların sosyo-kültürel yaşantılarını düzenleyen, toplumun temel kavramları olan barış, mutluluk, disiplin, eşitlik, erdem, sevgi ve saygı gibi kavramları da temsil etmektedir (Pehlivan, 2004). Bu nedenle spor, toplumun yaşantısını etkileyen ve onu tamamlayan olgu (Filiz, 2013) olarak gelişim göstermiştir.

Sporun yaşamın içerisinde gerçek ve sosyal değerler taşıması, sporu daha da popüler bir hale getirmiştir. Spor, birçok etnik kökendeki insanı aynı anda bir araya getirerek sosyal yaşantımızda çok büyük etki gücüne sahip olmuştur. Bu etki kültürel, ekonomik, siyasi, sosyal alanlar gibi pek çok konuda kendisini göstermektedir (Yoon ve Choi, 2005).

Spor; dil, din, cinsiyet, ırk, sosyal ayırım gözetmeksizin tüm toplumu ilgilendirmektedir. Spor ürünlerinin hayatımızın önemli bir parçası olduğu, medyada ilgiyi en çok spor yayınlarının çektiği, bu sebeple spor organizasyonlarının geniş kitlelerce takip edildiği bilinmektedir. Çok geniş bir olgu olan spor, tüm bilim dalları ile iç içe multi - disiplinler bir alanı temsil etmektedir (Amman 1999).

Sporun tanımı her kültürde ortak değerlerde algılansa bile, spor dalının algılanış biçimi ülkelere göre farklılık göstermektedir. Avrupa Kıtası’nda futbol büyük bir ilgi ile takip edilirken, Amerika Birleşik Devletleri’nde basketbola ve Amerikan futboluna olan ilgi daha fazladır. Aynı şekilde Japonya’daki sumo güreşleri ülke sınırları

içerisinde kalmıştır. Bu konuda örnekleri arttırmak daha da arttırmak mümkün olmakla birlikte değişmeyecek olan gerçek, spora olan ilginin geniş kitlelerce devam ettiğidir.

1.3. Spor ve Toplum

Spor, insanların yaşantılarında günlük hayatlarını idame ettirmek amacıyla atlama, yakalama, kaçma, avlanma vb. faaliyetlerle yer edinmiş, zamanla boş zamanlarını değerlendirmede, zinde kalma ve sağlıklı yaşam için kullanılan bir araçtır.

Spor tanımı içerisinde bahsedilen eğlence ve yarışma olguları, insanların hayatlarına anlam kazandıran ve renklendiren bir olgudur. Bireysel ya da takım sporları gerek icra edenler gerekse izleyiciler açısından kitleleri bir araya getirmektedir.

Spor kitlelerin yaşantısı etkileyen ve tamamlayan bir unsurdur. İnsan spor yapmaktan ve sporu izlemekten keyif alır. Bu insanı diğer canlılardan ayıran başka bir özelliktir (Filiz, 2013). Spor yapan kişiler mutluluk ve sevincin yanında hüzün, stres gibi olumsuz duyguları da hissetmektedir. Spor müsabakalarını izleyen insanlar kazanmaları halinde sevinç yaşarken, kaybetmelerinde ise hüzün duyarlar. Bu yönüyle spor kişilerin tüm varlığına etki etmektedir (Pehlivan, 2004).

İnsanların spordan daha fazla oranda yararlanabilmeleri amacıyla geniş çaplı sportif organizasyonlar düzenlemeye başlamıştır. Bireysel ya da takım halinde yapılan spor; topluma neşe, heyecan ve canlılık getirecektir. Moral düzeyi artan bir toplumun gelişme ve çağdaşlaşma hızı da artacaktır (Karasüleymanoğlu, 1986). Çünkü spor organizasyonları insanları bir araya getiren bir etkinlik olduğundan dolayı, sporla ilgilenen kişiler farklı insanlarla iletişime geçerek arkadaş çevresini genişletecektir. Spor aracılığı ile insanlar, kendi dar dünyalarından çıkarak başka inançlardan, duygu ve düşüncelerden kişilerle iletişim kurarak onlardan etkilenecek ve onları etkileyecektir. Bu açıdan sporun, dostluğu ve toplumsal kaynaşmayı ön plana çıkarttığı (Caha, 1999), farklı kültürlerin tanınmasına olanak sağladığı belirtilebilir.

Kitleler halinde yapılan spor sağlıklı yaşama, sağlıklı nesillere ulaşma ve performansı yüksek sporcu sayısının artması gibi üç temel konu üzerine oturmuştur. Sporun stres azaltma özelliğinden faydalanılarak rutin işlerle uğraşan kişiler spora yönlendirilerek üretimde kalitenin yükselmesine ve üretimin artmasına katkıda

bulunmaktadırlar. Günümüzde sporun bu özelliği tüm dünyada yaygın olarak kullanılmaktadır. Birçok endüstriyel kuruluş ve işletme, sporun bu özelliğinden faydalanmak amacı ile spor tesisleri kurmakta ve çalışanlarını spora teşvik etmektedirler (Koruç ve Acar, 1991).

Tüm dünyada spor yapmanın ve izlenmenin artması, sosyal yaşantının ayırt edici özelliğidir. Toplumların gelişmesi ve ilerlemesi, toplumdaki kişilerin sağlıklı, mutlu bir yaşam sürerek, yüksel bir refah düzeyine ulaşmaları ile mümkündür. İnsanların refah düzeyi ise, beden ve ruh sağlıklarının tam ve sürekli olmasına bağlıdır. Toplumun istenilen seviyeye getirilebilmesinde ise spor organizasyonlarının etkisi oldukça büyüktür (Yetim, 2000).

2. FUTBOL KAVRAMI

2.1. Bir Spor Dalı Olarak Futbol

Günümüzde en önemli sosyal aktivitelerin başında spor gelmektedir. Spor; bireysel ya da takım halinde icra edilen, her branşın kendine özgü kuralları ve tekniklerinin olduğu, fiziksel ve zihinsel gelişimde önemli bir yeri olan eğlendirici ve eğitici çalışmalardır (Tek, 2006; Silik,2014)

Türk Dil Kurumunun resmî sitesinde (TDK, 2019) “topu, kafa veya ayak vuruşları ile karşı kaleye sokma kuralına dayanan ve on birer kişilik iki takım arasında oynanan top oyunu, ayak topu” olarak tanımlanır.

İngilizce (foot) ve (ball) kelimelerinin birleşmesinden meydana gelen (football) ve “ayak topu” olarak adlandırılan futbol, fiziksel, ruhsal veya zihinsel özelliklerin, yaratıcı zekâ, kabiliyet veya şans faktörünün rol oynadığı, uluslararası kurallarla sınırları çizilmiş bir etkinlik (Apaydın, 2000) olarak tanımlanabilir.

Dünyada en fazla taraftarı olan ve lisanslı olarak en fazla icra edilen spor branşı olan futbol, belirli sınırları olan düz bir zeminde, iki takımın birbirlerine üstünlük kurma mücadelesi (Turgut, 2006) olarak da tanımlanabilir.

Futbol oyununu amacı birbirine rakip iki takım oyuncularının, topu ellerini ve kollarını kullanmadan saha içerisinde yer alan rakip kalelere gol atmalarıdır. Müsabaka esnasında en fazla golü atan takım, mücadeleyi kazanmaktadır. Futbol oyununda; galibiyet, mağlubiyet durumlarının yanı sıra her iki takımın aynı sayıda gol atması durumunda beraberlik durumu ortaya çıkmaktadır (Garzan, 2009).

Futbolun basit kuralları olması, herhangi bir düz alanın futbol oynamak için kullanılabilmesi ve herkes tarafından oynanabilmesi, futbol oyununu oynayabilmek için fazla bir malzemeye gereksinim duyulmaması gibi nedenler futbolu dünyanın en popüler sporlarından birisi haline getirmiştir (Savaş, 1997).

Futbolun popüler bir oyun haline gelmesinde özellikle küreselleşme ile birlikte daha da etkin bir rol oynamaya başlayan kitle iletişim araçları da oldukça etkili olmuştur. Özellikle de televizyon, bu konuda daha da ön plandadır. Neredeyse hemen her gün televizyonda çeşitli ülkelerin maçları verilmekte, maç sonrasında programlar

düzenlenmekte, tartışmalı pozisyonlar üzerinde durulmakta ve izleyiciler, tamamen futbola doğru çekilmektedirler.

2.2. Futbol Saha ve Malzeme Bilgisi

Futbol sahası dikdörtgen şeklinde olup sahanın yanlarında yer alan iki uzun çizgi taç çizgisi, kısa kenarlarda yer alan çizgiler ise kale çizgisi olarak adlandırılmaktadır. Kale çizgileri 45 m ile 90 m (50 ile 100 yd) arasında, taç çizgileri 90 m ile 120 m (100 ile 130 yd) arasındadır. Uluslararası maçlarda ise bu uzunluklar kale çizgileri için 64 m ile 75 m (70 ile 80 yd), taç çizgileri için ise 100 m ile 110 m (110 ile 120 yd) olarak belirlenmiştir. Saha, her iki taç çizgisinin orta noktasını birleştiren bir çizgiyle ikiye ayrılır. Bu çizginin tam ortasında orta nokta yer alır ve bu nokta, 9,15 m (10 yd) yarıçapındaki çember ile çevrelenir. Sahanın çizgileri 12 cm'nin üzerinde olmamalıdır. Sahanın dört köşesinde de yüksekliği en az 1,5 metre olan ucu sivri olmayan birer bayrak dikilmesi zorunludur.

Her köşeye bayrak direğinden itibaren sahanın içine doğru 1 metre yarıçaplı çeyrek çember çizilir. Korner vuruşu kullanacakken top bu çemberin içine konur. Karşı takım oyuncuları ise toptan 9,15 m geride durmak zorundadır. Bu mesafeyi belirlemek için taç ve kale çizgilerine birer işaret konulabilir.

Öte yandan futbol sahaları, zemin rengi yeşil olmak kaydıyla doğal veya yapay çimden oluşabilmektedir.

2.3. Futbolun Tarihsel Gelişimi

Günümüzde kitleleri peşinden sürükleyen, dünyanın en popüler spor branşı olan futbolun, tam olarak nerede ve ne zaman ortaya çıktığı bilinmemektedir. Ancak futbolun ortaya çıkışının, tarih boyunca en eski medeniyetlere kadar uzandığı düşünülmektedir.

Futbolun başlangıç dönemi ve hangi coğrafyada doğduğuna dair kesin bir bilgi yoktur. Olimpiyat oyunları hakkında nasıl çeşitli rivayetler varsa, futbolun da başlangıcı için çeşitli rivayetlerden bahsedilmektedir (Güven, 1999). Bu rivayetler doğrultusunda futbolun ortaya çıkışı "Sarı Kral" Huang Di dönemine atfedilmektedir. Bu dönemde futbola "Tsu-Chiu" (ayakla vurmak) ismi verilmiştir. M.Ö. 621 ile

M.Ö. 618 yılları arasında, Çin’de çok sevilen bu oyun, askerleri savaşa hazırlama da etkin bir rol oynamıştır (Güven, 1999).

Futbol, Çin’in ardından Japonya da daha sonra da Mısır’a geçmiştir (Erdoğan, 2008). Eski Yunan’da oynana “Episkyros, eski Roma’da Harpastum ve Pila oyunları ve Çin’de oynanan Thus-küh oyunları, futbola benzer oyunlar olarak nitelendirilmektedir.

Yaygın görüş modern futbolun beşiğinin İngiltere olduğu şeklinde olsa da çeşitli ülkeler de futbolun köken olarak kendilerine ait olduğunu iddia etmektedir. Örneğin Orta Çağ’da Fransızlar ve Romalı askerler tarafından “Le Souie” olarak adlandırılan top oyunu; modern futbola büyük ölçüde benzemektedir (T.F.F, 1992). Bu oyun, Romalı askerlerce Galya’ya götürülmüş oradan da bütün dünyaya yayılmıştır. Fransız’lar, oyunun Normanlar tarafından İngiltere’ye götürüldüğünü ve modern futbolun “Le Soule” oyunundan türediğini iddia ederlerken; İtalyanlar ise Calcio olarak adlandırılan top oyununu, modern futbolun atası olarak nitelendirmekte ve futbolun kendi ülkelerinden ortaya çıktığını iddia etmektedirler (Sert, 2000). Fransa ve İtalya’da içi yün dolu deri top ile oynanan futbol, iki takım arasında iple çevirili alanda, el ve ayakla vurularak oynanmıştır. İngilizler ise bu oyunu el ve kol haricinde vücudun diğer uzuvları ile oynanacak şekilde kurallar koyarak adına foot-ball dediklerinden dolayı bu isimle anılmıştır (Kahraman, 1995).

Futbolun ilk kez Türkler tarafından oynandığını iddia edilmiştir. Modern futbolun, düzenli şekilde İngiltere’de oynandığı düşüncesi, günümüzde kabul gören görüştür. Fakat günümüzdeki kurallarıyla olmasa da eski zamanlarda, Orta Asya’da Türkler tarafından ayakla oynanan ve “Tepük” ismi verilen bir oyunun varlığı, eski Türk destanlarında da yazılıdır.

Divan-ı Lügat-it Türk, Hıta-y-ı Name ve Baybars gibi çeşitli tarihi kitaplarda, Türklerin futbola benzer bir oyun olan “tepük” oyununu oynadıkları belirtilmektedir (Akşar ve Merih, 2006).

Rönesans Döneminde İtalya’da “tepük” kelimesi ile aynı anlama gelen “calcio” adlı oyunun oynandığı bilinmektedir. Dönemin ünlü isimlerinden Leonardo da Vinci, Machiavelli ve papaların büyük bir kısmının bu oyunu oynadıkları iddia edilmektedir (Arslanoğlu, 2005).

Eski Mısır'da, Memluka mezarlarındaki resimlerde top oynayan insan figürlerine rastlanmıştır. Ayrıca Ming Hanedanı'na mensup Çinlilerin, topa benzeyen toplarla oynadıkları bilinmektedir (Galeano, 1995).

İlk futbol oyunu İngiltere'de Derby olarak adlandırılan "Büyük Perhiz Salı"nda (Shrove Tuesday) oynanmıştır. Roma ordusuna karşı alınan zaferi kutlamak amacıyla düzenlenen bu oyun, eğlencenin bir parçası olarak düşünülmüştür. Sonrasında ise futbol, 1175 yılından itibaren ise her sene tekrarlanan bir organizasyon haline gelmiştir (Trifonas P, 2004).

1841 yılında, futbol ile rugby'i birbirinden ayırmak için yapılan çalışmalar sonucunda futbol topunun tam bir küre şeklinde olması kararlaştırılmıştır. Futbolun ilk kuralları 1848 yılında Cambridge Üniversitesi'nde gerçekleştirilen bir toplantıda belirlenmiştir (MacDonald, 2002).

2.4. Dünya'da Futbol

Futbol, 17.yüzyılda günümüze en yakın haline gelmiştir (Erdoğan, 2008). 1848 yılında Cambridge Üniversitesinde Cambridge yasaları ile kurallara bağlanmış, 11'er kişiden oluşan iki takımın oynadığı oyun haline gelmiştir (Aydın ve diğerleri, 2008).

Cambridge Kuralları olarak adlandırılan ilk futbol kuralları şu şekildedir:

- Zeminin maksimum uzunluğu 200 yarda (183 m.), maksimum genişliği 100 yarda (91,5 m.) olabilir, uzunluk ve genişlik bayraklarla işaretlenmiş olmalıdır ve kale birbirinden 8 yarda (7.32m) mesafede (aralarında bar veya bağ olmayan) iki direk ile belirlenmelidir.

- Oyun, alanın ortasından, kurayı kazanan takımca yapılacak bir vuruşla başlayacaktır, diğer takım başlama vuruşu yapıncaya kadar topa 10 yarıdan (9.15 m.) fazla yaklaşamaz. Bir gol yapıldıktan sonra, golü yiyen taraf başlama vuruşu yapacaktır.

- İki takım, her atılan golden sonra kaleleri değişecektir.

- Bir gol, ancak top kale direkleri arasından (hangi yükseklikten olursa olsun) taçtan atılmadığı, taşınmadığı takdirde sayılacaktır.

- Top taca çıktığında, topa dokunan ilk oyuncu, topun alanı terk ettiği noktadan, alana dik açı ile atışı kullanacaktır. Top oyun alanında yere değmeden topa temas edilemez.

- Bir oyuncu topun önüne geçtiği anda oyun dışı kalır ve mümkün olduğunca çabuk topun arkasına geçmelidir. Eğer top kendi takımından bir oyuncu tarafından pas olarak atılmışsa, rakip takımdan biri ya da kendi takımından topun gerisinde herhangi bir takım arkadaşı dokunana kadar topa dokunamaz. Ancak kale çizgisinin arkasından topa vurulduğunda hiçbir oyuncu oyun dışında kalmaz.

- Topun kale çizgisini geçmesi durumunda, eğer kaleyi savunan takımdan biri topa önce değerse, bu takımdan biri kale çizgisinden diğer tarafa doğru bir serbest vuruş kullanacaktır. Eğer diğer taraftan bir oyuncu önce dokunursa, bu takımdan biri kale çizgisinin 15 yarda (13.75 m.) dışından topun dokunulduğu yere doğru bir vuruş yapar.

- Bir oyuncu top ile rakip kaleye doğru uygun şekilde topu yakalarsa bir serbest vuruş hakkı kazanır. Eğer oyuncu topuğu ile bir işaret yaparsa topa vurmak yerine istediği kadar geriye gidebilir ve diğer oyuncular işaretli yerin önüne geçemezler.

- Hiçbir oyuncu topla birlikte koşamaz.

- Rakip kaleye doğru top ile koşan bir oyuncunun rakipleri şarj yapma, çekme, çelmeleme ve topu alabilmek için mücadele edebilme hakkına sahiptirler, fakat hiçbir oyuncu aynı anda hem çekilip hem de çelmelenemez.

- Kural 10 da belirtilen kıstaslar dışında, hiçbir oyuncu ellerini ve dirseklerini kullanarak rakiplerine müdahale edemez ve ne çelme takmaya ne de çekiştirmeye müsaade edilmez.

- Bir oyuncu diğerine, ikisi de aktif oyunda ise şarj yapabilir. Bir oyuncu oyun dışı olsa bile şarj yapılabilir.

- Bir oyuncu, ancak doğru bir şekilde topu yakalarsa veya ilk vuruşta top kendisine gelirse başka birine pas verebilir ya da vurabilir.

- Hiçbir oyuncu koruyucu tabakalar, demir plakalarla botlarını takviye edemez (Dever, 2013).

Kurallara bağlandıktan sonra futbol büyük bir gelişim göstermiştir. 1863 yılında İngiltere Futbol Federasyonu kurulmuş ve ilk basit futbol kurallarını belirlemiştir. İngiltere Futbol Federasyonu, futbolun ilk yönetim organı oluşmuştur (Sert, 2000). 1863 yılından sonra futbol oyun kuralları giderek zenginleşmiş, oyuna yeni kurallar getirilmiştir. 1863 yılında kale atışı, 1872 yılında korner atışı kuralları getirilmiştir. 30 Kasım 1872 yılında ise İngiltere ve İskoçya arasında ilk Uluslararası maç oynanmıştır. 1873 yılında serbest vuruş, 1874 yılında hakemlik kurumu oluşturulmuş ve 1891 yılında da penaltı atışı ortaya çıkmıştır (MacDonald, 2002).

FA CUP turnuvası kupa ödüllü ilk turnuva olmuştur. 1897 yılında C.W Alcock tarafından düzenlenmiştir. İlk Uluslararası futbol turnuvası, 1884 yılında “British Home Championship” düzenlenmiştir (mailce, 2017).

21 Mayıs 1904 tarihinde Paris’te Fransa Atletizm Sporlar Birliği’nde organize edilen toplantıda alınan kararlar, futbol tarihi açısından dönüm noktası olmuştur. Bu toplantı sonucunda “FIFA” (Federation Internationale de Football Association) kurulmuştur (Güneş, 2010).

1930 yılında FIFA’nın yönetiminde, ilk büyük futbol organizasyonu olan Dünya Kupası düzenlenmiştir (Demir ve Talimciler, 2015). İlk Dünya Kupası organizasyonu son iki olimpiyat oyunlarında altın madalya kazanan Uruguay’da düzenlenmiştir. 13 ülkenin katıldığı turnuvayı, finalde Arjantin’i 4-2 yenen Uruguay kazanmıştır (Wikipedia, 2019).

1954 yılında Avrupa Futbol Federasyonları Birliği (UEFA) kurulmuştur. Avrupa’daki kulüplerinin katılımları ile 1956 yılında Avrupa Şampiyon Kulüpler Kupası düzenlenmiştir. Bu turnuvaya ülkelerinde şampiyon olan kulüpler katılmıştır (Güneş, 2010). Turnuvanın ilk kupasını Real Madrid takımı kazanmıştır. 1992-93 sezonunda Avrupa Şampiyon Kulüpler Kupası ismi UEFA Şampiyonlar Ligi olarak değiştirilmiş, futbol severlerin kulağının pasını silen müziği ile hafızalarımızda yer edinmiştir.

2.5. Türkiye’de Futbol

Türklerin futbol ile tanışmasına dair farklı kaynaklarda çeşitli rivayetler bulunmaktadır. “La Tartarie” adlı Fransızca eserde, Orta Asya Türklerinin, Tsang kentinde, kızlar ve erkeklerin karma bir şekilde futbol oynadıklarını, bu oyunu izleyen Hiuan isimli Çinlinin anlattıklarına yer verilmektedir: Büyük mabetlerde sık sık ayak topu müsabakaları yapılır. Bu oyunda, topa el ile dokunulması yasaklanmıştır. Topa, ayakla ya da kafa ile vurulmakta ve böylece topu rakip kalede içeri sokmak için uğraş verilmektedir (Dağlaroğlu ve San, 1959) Kaşgarlı Mahmud, Divan-ı Lügat-it Türk adlı eserinde Orta Asya Türkleri’nin “tepük” adını verdikleri oyunu oynadıklarını anlatmaktadır (Alpman, 1972).

Türklerin İslamiyet ile tanışmasından, Osmanlı İmparatorluğu dönemini de içerisine alan zaman dilimi içerisinde futbol, günah olarak nitelendirilmiş, zaman zaman sosyal ve siyasi etkilerden dolayı insanların dikkatini çekmemiş ve Müslümanların gruplar halinde bir arada olmaları da yasak olduğundan dolayı futbol fazla bir ilerleme kaydedememiştir. Bu nedenlerden dolayı Osmanlı İmparatorluğu döneminde futbolu daha ziyade gayrimüslimler sahiplenmiş ve ilk futbol maçını da onlar yapmıştır (Dikici, 2014).

Selanik, İzmir ve İstanbul limanlarının Osmanlı İmparatorluğu’nun himayesinde olması, futbol ile erken dönemde tanışmaya vesile olmuştur. İlk olarak Selanik ve ardından İzmir’de Levanten aileleri aracılığı ile futbol ile tanışılacak ve kısa sürede şehirde önemli bir spor haline gelecektir (Demirci ve Talimciler, 2015; Fişek,1985).

İlk spor kulübü levantenler ve gayrimüslümler tarafından, İzmir’de futbol oynayan aileler tarafından 1894 yılında “Football Club Smyrna” (İzmir Futbol Kulübü) olmuştur. İlk olarak kurulan bu kulüp, ayrıca resmi futbol nizamnamesi ve tüzüğüne sahip olan ilk kulüp olarak da bilinmektedir.

Türkiye’de futbol ilk kez İzmir’in Bornova ilçesinde İngilizler tarafından oynanmıştır. La Fontaine, Giraud, Whittall ve Charnand aileleri ülkemizde ilk futbol oynayan ailelerdir (GSM, 1990). İzmir’de yaşanan İngiliz ailelerinin, iş dolayısı ile İstanbul’a taşınmaları ile İstanbul da futbolla tanışmıştır. Bu aileler, İngiliz elçiliğinde çalışan bazı memurlar ile Moda çayırında futbol oynamaya başlamışlardır. İngiliz elçiliğinde çalışanlardan bazıları, onlara sağlanan dokunulmazlıktan faydalanarak,

1896 yılında Moda Futbol ve Ragbi kulübünü kurmuşlardır (Fişek, 1998). 1897 yılında ise İzmir'den gelen karma futbol takımıyla İstanbul karması arasında yapılan maç, Türkiye'deki ilk futbol maçı olmuştur. 1897-1904 yılları arasında İzmir ve İstanbul karmaları arasındaki maçlar devam etmiştir (Talimciler, 2015).

İlk Türk takımı Fuad Hüsnü Bey ile Reşat Danyal Bey tarafından kurulmuştur. Dönemin hafiyelerine yakalanmamak nedeniyle İngilizce isim ile 1899 yılında 'Black Stocking Football Club' (Siyah Çoraplar Futbol Kulübü) adında ilk Türk takımı kurulmuştur. Bu takımın 1901 yılında Papazın çayırında Rumlarla yaptığı maç Türk takımının ilk maçı olmuştur.

James La Fonten tarafından 1901 yılında Kadıköy Futbol Kulübü (Union) adıyla kulüp kurmuştur. 1903 yılında Beşiktaş Jimnastik Kulübü, sonrasında ise İngilizler Moda Futbol Kulübü'nü kurmuşlardır (GSM, 1990).

Türkiye'de ilk futbol ligi, 1904-1905 sezonunda başlayan İstanbul Futbol Ligi'dir. İngiliz sefaret gemisi Imogene, İngiliz ve Rumların kurduğu Kadıköy Futbol Kulübü, İngiliz takımı Moda ve Rumlardan oluşan Elpis takımlarının katılımı ile İstanbul Ligi oynanmaya başlamıştır. Organizasyon için İngiltere'den İstanbul Futbol Ligi'nin adını taşıyan bir şilt getirilmiştir. Futbol müsabakaları günümüzde Fenerbahçe kulübünün sahasının olduğu yerdeki Papazın Çayırı'nda oynanmıştır. İstanbul'da futbol liginin kurulması ile futbol tam anlamıyla Türkiye'ye gelmiştir (Talimciler, 2015). İlk lig şampiyonluğunu Imogene takımı kazanmıştır. Ligin ilk Türk oyuncusu Kadıköy kulübünde oynayan Bobby takma isimli Fuat Hüsnü Kayacan olmuştur (Demir ve Talimciler, 2015).

Siyah Çoraplılar (Black Stocking) takımının kurulmasından sonra, Türkler yeni bir takım kurma çabası içerisine girmişlerdir. Mekteb-i Sultani (Galatasaray Lisesi) öğrencileri, Ali Sami Yen önderliğinde "İngilizler gibi toplu halde oynamak, bir isme ve bir renge sahip olup, Türk olmayan takımları yenmek" mottosu ile 1905 yılında Galatasaray kulübünü kurmuşlardır (Atabeyoğlu, 1991).

1907 yılında Kadıköy'de yaşayan bir avuç genç önderliğinde, yeni bir Türk takımı Fenerbahçe kurulmuştur. Sarı-Lacivert renklerle mücadele eden Fenerbahçe kurulduktan iki yıl sonra İstanbul Futbol Ligi'ne katılmıştır (Arıpınar, 1992).

II. Meşrutiyetin ilanı ile birlikte kısa sürede futbol popüler hale gelmiştir (Kozanoğlu, 1990). Yeni futbol takımları da kurulmaya başlamış ve Türk takımları, futbolda başarılar elde etmeye başlamışlardır. İstanbul'un ardından Ankara, İzmir, Adana, Bursa, Eskişehir ve Trabzon'da futbol hızla yayılmamaya başlamıştır. Pazar Ligi, Cuma Ligi, İstanbul Şampiyonluğu Ligi ve İstanbul Türk İdman Birliği dönemin önemli organizasyonlarıdır (Giray C, 2008).

II. meşrutiyetin ilanına kadar futbol kulüplerinin kurulması devletin hoşgörüsüne bağlıydı. II. Meşrutiyetin ilanından sonra yasak kalkmış, Cemiyetler Kanunu ile yasal olarak dernek kurmak serbest hale gelmiştir (Fişek, 2003). 1910 yılında Cemiyetler Kanunu'na bağlı İstanbul Futbol Ligi kurulmuştur (Fişek, 1983).

Türkiye'nin ilk spor örgütü olan Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakı (T.İ.C.İ.) 1922 yılında kurulmuş, sonrasında "Türkiye Futbol Heyet-i Müttehidesi" (Türkiye Futbol Federasyonu) kurulmuş ve başkanlığına Yusuf Ziya Öniş getirilmiştir. 1923 yılında Türkiye Futbol Federasyonu, FIFA'ya üye olarak kabul edilmiştir. Türk Milli Futbol Takımı, 26 Ekim 1923 tarihinde ilk milli maçını Romanya ile İstanbul'da oynamıştır (Talimciler, 2015). Taksim Stadyumu'nda oynanan mücadelede Milli takımımız 2-2 berabere kalmıştır. Milli takımımız adına 2 gol atan Zeki Rıza Sporel Milli takımımızın ilk golünü atarak tarihe geçmiştir. Milli takımımız ilk galibiyetini 17 Haziran 1924 tarihinde Finlandiya'yı yenerek almıştır (Dikici, 2014).

Türk sporu 1936-38 yılları arasında merkezîyetçi bir anlayışla, geçiş dönemi kabul edilebilecek Türk Spor Kurumu (TSK) tarafından yönetilmiştir (Ekenci ve Serarşlan, 1997). Spor ve siyasetin iç içe olduğu bu dönemde, kulüplerin federatif yönetimden Devlet yönetimine geçişi "Ara Rejim" olarak tanımlanmaktadır (Argan ve Katırcı, 2002).

T.İ.C.İ. ve T.S.K. dönemlerinden sonra sporun yönetiminin devlet iradesinde olması yönünde düşünce hâkim olmuş ve hükümete bağlı spor teşkilatı kurmak amacı ile 3530 sayılı Beden Terbiyesi Kanunu çıkartılarak Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü (BTGM) kurulmuştur. Merkezîyetçi yönetimin hâkim olduğu bu teşkilat, 1986 yılına kadar Türk sporunu sevk ve idare etmiştir (Bayansalduz, 2003).

3530 sayılı Beden Terbiyesi Kanunu, günün ihtiyaçlarına cevap veremez hale gelmiş ve 1986 yılında 3289 sayılı BTGM teşkilat ve görevleri ile alakalı yeni kanunlar

kabul edilmiştir. 1989 yılında ise 356 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile “Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü” (G.S.G.M.) adını almış ve Başkanlığa bağlanmıştır. 3289 sayılı kanun tasarısı, sporcu, teşkilat, kulüp, özel ve kamu tüzel kişileri ile sportif faaliyetleri bir bütün olacak şekilde spor kanunu niteliğindedir (Üçışık, 1999).

Futbolda yaşanan bu gelişmeler, futbolun maddi kaynaklarının ve futbola olan ilginin her geçen gün artması futbolun bağımsız haline gelmesini zorunlu hale getirmiştir. 17.6.1992 tarihinde 3813 sayılı kanunla Türkiye Futbol Federasyonu özerk bir hale getirilmiş, özel hukuk tüzel kişisi olan, özerk Türkiye Futbol Federasyonu kurulmuştur (tff.org., 2016).

3. SAMSUNSPOR

3.1. Samsunspor'un Kuruluşu ve Gelişimi

Samsun'da futbolu geçmişi Tenvir-i Efkâr Kulübü'nün kurulması ile başlamaktadır. 1909 yılı haziran ayında kurulan Tenvir-i Efkâr Kulübü, Samsun'da kurulan ilk futbol kulübü olmuştur. Bu kulüp, Samsun liman reisi ve oğulları Haydar ve Faruk Beyler önderliğinde kurulmuştur. Ancak kulüp, Balkan savaşlarının başlaması ile faaliyetlerine son vermiştir (Sarısakal, 2011).

İşgal döneminde Samsun'da yaşayan Rum ve İngiliz askerlerinin kurduğu Atlas futbol kulübü ile maçlar yapılmıştır. 1919 yılında Samsun'da Samsun İdman Yurdu takımı kurulmuş ve çoğunlukla eğitimci kişilerin kurduğu bu kulüp ilk maçını, Atlas takımı ile yapmıştır. Ekim ayında yapılan maç milli maç havasında oynanmış ve Atlas takımı 3-0 yenmişlerdir. Bu iki taraf arasında sıklıkla maç yapılmış ve kazanan taraf genellikle Samsun İdman Yurdu Takımı olmuştur (Akçay, 2017).

Samsun'da 1921 yılında Al Yıldız İdman Ocağı adında ikinci futbol kulübü kurulmuştur. 1923 yılında kurulan Zaferi Milli İdman Derneği, Samsun'da kurulan üçüncü futbol kulübü olmuştur. Renkleri Kırmızı-Beyaz olan kulübün ilk başkanlığını Harami Bey yapmıştır. Aynı dönemde Bafra Kızılırmak ve Çarşamba Yeşilirmak kulüpleri de kurulmuş ve bu kulüpler Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakı (T.İ.C.İ.) kurucu üyelerinden olmuşlardır. Böylece kurulan kulüpler ilk resmi maçlarını oynamaya başlamışlardır (samsunspor.org).

İlerleyen dönemlerde Bafra'da kurulan Cumhuriyet Kızıl Irmak ve Çarşamba'da kurulan Gençler Birliği takımları da resmi maçlar yapmaya başlamışlardır. Bu spor kulüpleri arasında ki maçlar daima zevkli geçiyordu. Ancak Al Yıldız ve Zafer-i Milli İdman Derneği arasında oynanan maçlar daha çekişmeli bir şekilde geçmiştir. 1924 yılında Ankara'da yapılacak olan idman birinciliği maçlarına Samsun mıntıkası da katılmaya hak kazanmış ve Samsun şehrini temsil edecek takımı belirlemek için Bafra ve Çarşamba Kulüpleri ile Al Yıldız ve Zafer-i Milli takımları arasında bir turnuva düzenlenmesi planlanmıştır. Fakat Bafra ve Çarşamba kulüpleri müsabakalara katılmadıklarından dolayı Al Yıldız ve Zafer-i Milli takımları aralarında maç

yapılmış ve maçtan galip ayrılan Al Yıldız Kulübü, Ankara’da yapılacak olan turnuvada Samsun ilini temsil etmeye hak kazanmıştır (Sarısakal, 2011)

1926 yılında Zaferi Milli İdman Derneği, adını ve tüzüğünü değiştirmiş ve Türkocağı Spor Şubesi adını almıştır. 1927 yılında Türkocağı Spor Şubesi ve Alyıldız İdman Ocağı, Nuri Bey başkanlığında bir araya gelmiş ve Samsunspor Kulübü adı altında birleşmişlerdir (samsunspor.org). Samsunspor ilk maçını 1927 yılında Bahriye’ye karşı oynamış ve 1-0 yenilmiştir. Samsunspor ilk galibiyetini aynı yıl içerisinde Samsun İdman Yurdu maçında 5-0’lık galibiyet ile elde etmiştir (Akçay 2017).

Profesyonel futbol faaliyetlerine başlayan Samsunspor’un kuruluş tarihi Samsunspor’u oluşturan kulüplerin birleştiği tarih olan 1927 yılı olmasına rağmen, resmi kuruluş yılı profesyonelliğe başvurduğu tarih olan 30 Haziran 1965 yılı kabul edilmektedir. Samsunspor Kulübü’nün başvurusu Beden Terbiyesi Umum Müdürlüğü (B.T.G.M.) tarafından, 19 Temmuz 1965 tarihinde onaylanmıştır. Samsunspor kulübünün tescil bilgilerine göre bu dönemde futbol, basketbol, güreş, masa tenisi, voleybol ve boks şubeleri bulunmaktaydı. 1965-66 sezonunda profesyonelliğe adım atan Samsunspor, 5 Eylül 1965 tarihinde ilk maçını oynamıştır. Yeşildirek takımı ile yapılan mücadeleyi Samsunspor kazanmıştır (samsunspor.org).

Samsunspor kulübü amatör yıllarında siyah-beyaz renkleri formasında kullanmıştır. 1965 yılında profesyonelleşme de dört farklı kulüp Samsunspor’a katılmış ve yeni renk arayışına girilmiştir. Bu arayışın sonucunda kırmızı-beyaz renklerin kullanılmasında karar kılınmıştır



Şekil 5.1. Samsunspor Resmi Logosu

Samsunspor Kulübü, amatör yıllarında arma kullanmamıştır. Kulübün tescil döneminde arma, kırmızı-beyaz şeritlerin üzerine eklenen beyaz arka plan içerisinde sağ tarafa bakan kırmızı renkli Onur Anıtı silüetinden ve “Samsunspor” yazısından oluşmuştur.

Amatör dönemde maçlar Darülmualimin Mektebi'nin bahçesinde ve koşu alanında yapılmıştır. 1930 yılında Fener Stadyumu kullanılmaya başlanmış; 1958 yılında Şehir Stadyumu hizmete açılmış ve profesyonelliğe geçişin ilk dönemlerinde maçlar bu stadyumda oynanmıştır. Samsunspor 1975 yılından itibaren maçlarını 19 Mayıs Stadyumunda oynamaya başlamıştır. 2017 yılından bu yana ise 33.919 koltuk kapasiteli Yeni 19 Mayıs Stadyumu'nda iç saha maçlarını oynamaya devam etmektedir.

3.2. 20 Ocak 1989 Faciası

20 Ocak 1989 tarihinde ligin 2. yarısının ilk maçı olan Malatyaspor maçı için yola çıkan Samsunspor takımı kafflesesi, saat 9:30 da Havza ilçesinde takım otobüsünün kamyonla çarpışması sonucunda uçuruma yuvarlanmıştır. Samsunspor kafflesesine ilk yardımcı Diyarbakırspor deplasmanına giden Çarşambaspor kafflesesi yapmış, futbolcular ve görevliler Samsunsporluları otobüsten çıkartarak Havza Devlet Hastanesi'ne taşımış ve kan vermişlerdir. Kazada teknik direktör Nuri Asan, futbolculardan Mete Adanır ve Muzaffer Badalıoğlu ile otobüs şoförü Asım Özkan olay yerinde hayatını kaybetmiştir. Ağır yaralı olan Zoran Tomic ise Yugoslavya'da altı ay komada kalmış, fakat hayatını kaybetmiştir. Hayatta kalanlar ise ciddi şekilde yaralanmış veya sakat kalmıştır (Wikipedia, 2018).

Bu elim kaza sonucunda Samsunspor sezonun kalan kısmına devam edememiş, sezon bitene kadar tüm maçlarda 3-0 mağlup sayılmıştır. Ancak Türkiye Futbol Federasyonunca sağlanan özel statü ile ligde kalmış ve o sezon ligin “onur şampiyonu” ilan edilmiştir. Bu kazadan sonra kulübün renklerine Siyah renk eklenmiştir.

3.3. Samsun’da Futbol Taraftarlığı

Futbol çeşitli yönleri ile sürekli tartışma konusu olmuştur. Şüphesiz ki en çok tartışmaya konu olanlardan bir tanesi de taraftarlık konusudur. Futbol son dönemlerde değişmiş gibi görünen bir yapıda olsa da futbolun içerisinde yer alan taraftar, futbola ruh katan, futbolu ete kemiğe büründürmüş ve sürekli canlı kalmasını sağlamıştır (Ongan ve Demiröz, 2010).

Bugün futbolda kendine has söylemleri ve kendine özgü simgeleri ile taraftarlıktan bahsedebiliyorsak, futbol taraftarlığının kültürümüzde yer edindiği kabul etmek yanlış olmaz.

Futbolun en önemli dinamiklerinden olan taraftarlar, oluşturdukları gruplar halinde takımlarına destek vermektedirler. Bazı gruplar görsel şovları ile, bazı gruplar yaptıkları besteler ile, kimileri ise takıma olan tutkulu aşkları ile ortak bir amaç için takımlarına en iyi şekilde temsil etmek ve destek vermektir.

Türkiye’deki ilk tribün grubu, Amigo Orhan’ın tribün liderliğini yapmasını bırakmasından sonra, 1979 yılında Eskişehir taraftarlarının kurduğu “Ayder” grubu kabul edilmektedir. Ancak 1966 ve 1967 yıllarında Samsunspor tribünlerinden çekilen fotoğraflarda iki taraftar grubu olduğu görülmekte, ayrıca fotoğraf karelerine girmeyen “Elsugolar” adlı taraftar grubunun olduğu da bilinmektedir. Türkiye’nin ilk spor gazetesi olan Fotospor gazetesinin arşivlerinde Lakalar, Atakanlar ve Lazigolar gruplarının pankartları görülmektedir (Sarısakal, 2011). Tribün lideri Lazigo Yılmaz’ın 1973’te işçi olarak Almanya’ya çalışmaya gitmesinden sonra grup dağılmıştır.

Samsunspor için oluşturulan taraftar grupları şu şekilde belirtilebilir:

Söğütlübahçe Çılgınlar Taraftar Grubu: Küçük gruplar halinde on yıla yakın bir zamandan beri faaliyet gösteren grup, 1984 yılında Söğütlübahçe Kobralar adı altında tek bir çatı altında toplanmıştır. İlk başlarda Samsun’un Söğütlübahçe Mahallesi’nde faaliyetlerini gösteren grup, Kocaelispor ile yapılan maçta deplasman tribününde pankartlarını açmış, grubun ismi beğenilmiş ve çok zaman geçmeden Söğütlübahçe Çılgınlar olarak ismini değiştirmiştir. İlk dönemlerinde kale arkasında yer alan grup, diğer taraftarlar ile anlaşmazlık yaşadktan sonra skor tabelasının arkasında yer edinmişlerdir. Tribünlerde ki desteğine devam eden taraftar grubunun

eski liderlerinden kimse kalmamıştır. Genç jenerasyon tarafından yaşatılan Söğütlübahçe Çılgınlar Grubu, gençlerin çalışmaları sonucunda eski günlerine geri dönmüştür (Sarısakal, 2011).

Şirinler Taraftar Grubu: 1986 yılında kurulan bu taraftar grubu, Samsunspor Takımı'nın en etkin taraftar grubudur. Grup adını 80'li yılların popüler çizgi filmi olan Şirinler'den almıştır (Sarısakal, 2011).

1993 yılına kadar Şirinler ismi ile faaliyetlerini yürüten taraftar grubu, 1993 yılında faaliyetlerini durdurmuş, aynı kadrosu ile İsmail Uyanık'ın kurduğu 1965 Genç Samsunspor Derneği'ni kurmuşlardır. Bu yapılanma ile istikrarlı bir döneme giren taraftar grubu, kentin önde gelen kesimleri tarafından da destek görmüştür. 26 Mayıs 2001 tarihinde Samsunspor ile Fenerbahçe arasında oynanan ve 3-1 lik Fenerbahçe galibiyeti ile sonuçlanan maçtan sonra Samsunspor Başkanı Yusuf Ziya Yılmaz'ı protesto eden 1965 Genç Samsunlular Grubu ile Samsunspor yönetimi arasında kavga çıkmış, ertesi gün tribün lideri gözaltına alınmıştır. Yaşanan bu tatsız olaydan sonra grubun önde gelenleri, grubu kapatmışlardır. Sonrasında Yeni Şirinler Grubu kurulmuş, 2001-02 sezonunda eski adları olan Şirinler adıyla tekrar faaliyetlerine başlamıştır. İlk dönemlerinde, kale arkası tribününde olan grup, 1965 Genç Samsunlular Derneği adını alınca kale arkasına sığmamışlar ve maratonda yerlerini almışlardır. Ancak 1965 Genç Samsunlular Derneği'nin kapanması ile ilk yerleri olan kale arkasına tekrar geçmişlerdir (Sarısakal 2011).

Şirinler Taraftar Grubu: birçok ilke imza atmıştır. İlk web sitesini hazırlamışlar, kulübü simgeleyen polar, atkı gibi ürünleri çıkartmışlar ve ilk kez internet ortamında radyo yayını yapmışlardır. Bu grubun, Liseli Şirinler ve Üniversiteli Şirinler olmak üzere iki tane alt grupları bulunmaktadır. Şirinler Taraftar Grubu, MKE Ankaragünü'nün Gecekondu Taraftar Grubu ve Bursaspor'un Teksas Taraftar Grubu ile kardeş gruplardır (Sarısakal, 2011).

Üniversiteli Samsunsporlular Taraftar Grubu: Fikir olarak ortaya atılan ve ilerleyen zamanlarda gerçekleşen bu düşünce, 2019 yılında 1965 Üniversiteli Samsunsporlular kurularak gerçekleşmiştir. ÜNİSAM adıyla da bilinen grubun amacı, üniversite de okuyan ve mezun olmuş Samsunspor taraftarlarını bir arada toplamaktır. ÜNİSAM'ın 48 ilde temsilciliği bulunmaktadır ve Liseli Samsunsporlular adında

birde alt yapılanması vardır. ÜNİSAM üyeleri, pek çok sosyal yardım projesine katılmış, liselere giderek üniversite eğitiminin önemine dair bilgilendirmeler yapmışlardır.

Forsa Samsun Taraftar Grubu: 2016 yılında tüm gruplardan bağımsız olarak kurulmuştur. Forza Samsun Taraftar Grubu, endüstriyel futbola karşı durmuş ve “ultras” kimliği ile öne çıkmıştır. Kendi elleri ile yaptıkları pankartlar ve kendi yazdıkları Samsunspor’a özgü marşlar ile Samsunspor tribünlerinde yerlerini almışlardır. 2017-2018 sezonunda birleşme kararı alan grup, Şirinler Grubu ile ortak bir bildiri yayınlamış ve stadyum içerisinde birlikte hareket etmeye başlamışlardır. 2019 yılının sonlarına doğru tribün hareketlerine ara veren grup, çok zaman geçmeden Söğütlübahçe ile birlikte tekrar faal olacaklarını duyurmuşlardır. Forza Samsun Taraftar Grubu’nun liselerde ve üniversitelerde de alt grupları bulunmaktadır.

4. FUTBOL KİMLİK KAVRAMI

4.1. Sosyal Bir Kimlik Olarak Taraftarlık

Kimlik; bireyin ihtiyaçları, motivasyonları, davranışları ve ilgi alanı doğrultusunda belirli ölçütlerde tutarlılık gösteren, ayrı kişi gibi idrak edilmesini içeren, bilişsel ve duyuşsal nitelikte zihinsel yapıdır. Kimlik kavramı öz kimlik, kişisel kimlik, ego kimliği, ulusal kimlik, taraftar kimliği vb. gibi çeşitli kavramlarda kullanılabilir (Bilgin 1994).

Kimlik kavramı; kişisel kimlik ve sosyal kimlik olarak ikiye ayrılmaktadır. Kişisel ve sosyal kimlik kavramları incelendiğinde, kişisel kimliğin içerisinde birçok kimliğin bütünleştiği bir sistemin olduğu görülür. Modern toplumda kişilerin “benim” dediği kimlikler (hukuksal kimlik, ulusal kimlik, fiziksel kimlik v.b.) kişisel kimliği zenginleştirir. Kişisel kimlikte “ben” duygusu, diğer bireylerden farklılaştığı ve özerkleştini, ayrıcalıkları olduğunu hisseder (Bilgin N, 1994). Kişisel kimlik, kişinin daha çok özel olması olarak tanımlanırken, sosyal kimlik geniş sosyal kategoriler ile elde edilen kimliktir (Jaconson B, 2003).

Modern toplumda kişi, geleneksel toplumlara göre daha serbest, eşitlikçi ilişki kurabilmektedir. Kişi kendine yakın hissettiği insanlara kolay ulaşabilmekte ve ideolojisine yakın diğer kişilerle iletişime dayalı yatay bir kimlik seçebilmektedir. Kişinin kararlarının önem kazanması, bastırılmış kimliklerin yerini, tercih edilerek benimsenen kimliklerin almasını ortaya çıkartmaktadır (Kocacık F, 2003).

Birey, kimlik kazanma süreci içerisinde, bazen psikolojik davranış bozuklukları da gösterebilir. Kişi özdeşleşmek istediği kişilerin statü sembollerini, içerdiği anlamlarını, benzer şekilde yorumlayarak anlaşıldığı, tüketim biçimini gerçekleştirme yoluna gider. Taraftar kimliği de bundan bir tanesidir. Popüler olan spor takımının taraftar kimliğini elde etmiş kişi, onun hayranlık bırakıcı, başarılı olma, etkileyici, köklü ve güçlü olma gibi anlamlarını kendi ile özdeşleştirerek kimliğini zenginleştirmek yoluna gider (Odabaşı Y, 1999). Taraftar kimliği, kişisel veya sosyal kimliğin ya da her iki kimliğin gelişmesine katkıda bulunur (Jacobson B, 2003).

Popüler bir takımın taraftar kimliğini elde etmiş kişi, takımının hayranlık uyandırıcı, etkileyici, köklü ve güçlü olma gibi durumlarını kendine aktararak taraftar

kimliğini zenginleştirmeye gider. Çoğu kişi için taraftarlık kimliğinden daha öte, başlı başına bir kimliktir (Baş M, 2008).

4.2. Sosyal Bir Kimlik Olarak Futbolda Taraftarlar Kimliği

Ashford (2001), kimlik kavramını, “sosyal olarak inşa edilmiş benlik duygusunu, toplumda oynadığı farklı rollere sıkı sıkıya bağlı olmak” şeklinde ifade etmektedir.

Toplumumuzda sosyal kimlik ifadelerinden biriside futbol taraftarlığı kimliğidir. Futbol taraftarlığı kimliği, deneysel ya da gerçek bir kimlik değil, bireylerin takımlarına destek olurken kültürel değerlerin bir kenara bırakılıp futbol şöleni içerisinde birbirine karşı olan futbol kimliklerini birbirinden ayırma biçimi olarak ifade edilmektedir. Takımlar arasındaki rekabette, taraftarlar provokasyonlara, hakaretlere, birbirlerine göndermelerde bulunabilirler (Trifonas, 2004).

İki ezeli takım arasında rekabetin şiddeti, taraftar kimliklerinin sınırlarını belirler. Birbirine karşıt futbol taraftarlarının davranışlarına bakıldığında öncelikli olarak birbirilerini “biz” ve “onlar” şeklinde kategorilere ayırdıkları görülür. Rekabetin artması veya rakiplerini düşmanlaştırma işlemi “biz”e ait kimliklerin garantilenmesi için fırsat sunmaktadır (Zelyurt,2017).

İnsanoğlunun ortak bir kimlik arayışı vazgeçilmez gereksinimlerinden bir tanesidir. İnsan, toplumsallaşma süreci içerisinde çeşitli kolektif kimlikler elde etmektedir. Kolektif bir kimliğe sahip olma durumu ise futbol bağlamında ‘biz ve onlar’ duygusunun toplumda gelişmesinde ve yer edinmesinde son derece etkili olmuştur. Spor müsabakalarının doğasında var olan mücadele etme, yenme ve yenilme duygusu, kolektif kimliğin oluşmasını sağlamaktadır (Talimciler ve ark., 2011).

Bireyler, kimlik edinme ve kendini var etme çabası içerisinde, futbolu aracı bir kurum olarak görmektedirler. Taraftarların kullanmış oldukları sosyal medya hesaplarında takımlarını simgeleyen bayrak, flama, forma vb. ürünleri kullanmaları, kulübe ait olan yerlere gitmeleri, takımlarının maçlarını stadyumdan takip etmeleri ve bu durumları sosyal medya hesaplarından paylaşması futbolun kimlik edinmede taraftarlarca aracı olarak kullanıldığını göstermektedir (Yıldırım, 2018).

Umberto Eco'ya göre futbol kimliği; “gerçek” veya yapılan araştırmalar sonucunda ortaya çıkan kimlik değil, taraftarların takımlarını desteklerken toplumsal etik değerlerin bir kenara bırakıldığı, takıma karşı olan futbol kimliklerini ayrıştırmanın en etkili biçimidir (Trifonas, 2004).

Taraftarlık; bir konudan, bir düşünceден, bir görüşten veya birinden taraf olma, ondan yana saf tutmaktır. Spor taraftarlığı, sporla alakalı konulara (takım, sporcu, spor dalı veya lig) hayranlık düzeyinde bağlı olma şeklinde tanımlanabilir (Argan ve Katırcı 2002).

Futbolda farklı yönleri ile tartışmalara en çok konu olan unsur, şüphesiz ki futbol taraftarlığı konusudur. Son dönemlerde değişmiş bir yapıya sahip olsa da futbol da taraftarlık olgusu, oyuna ruh katan, futbolu ete kemiğe büründüren bir yapıya sahiptir (Ongan ve Demiröz, 2010).

Milyonlarca kişiye peşinden sürükleyen futbolun 4 önemli unsuru vardır. Bunlar teknik kadro-yönetici, sporcu, seyirci ve medyadır. Bu futbol unsurları içerisinde en samimi ve dürüst olanı seyirci kitesidir. Spor kulübünün taraftarı, takımı yense de yenilse de takımının bir parçasıdır. Tuttuğu takımda anlamlı bir yan bulur ve taraftarı olduğu takıma kendisinden bir şeyler verir. Taraftarı olduğu takımın anlamının artması taraftarlık duygusunu da arttırır.

Futbolda bazı durumlar haricinde, maddi çıkar gütmeyen, gönüllü olarak bu ekonomiye katkı veren tek etmen taraftardır. Taraftar, maddi gelir sağlamamasına karşın, ciddi paraların harcandığı futbol ekonomisinin en önemli unsurudur (Özkan Ö.D, 2009).

Futbol taraftarlığının iki işlevi vardır. Birinci işlevi, kişinin bir gruba, bir yere ait olma arzusudur. İkincisi ise, başka yerlerde yapıldığından hoş olmayan davranışların taraftarlık kimliği ile çözüm aramasıdır. Bu sebeple kişilerin taraftar olmak istemeleri, bu kişilerin kimlik arayışlarının bir sonucu olarak düşünülebilir. Taraftarı olduğu takımın başarıları sayesinde sosyal hayatta erişemediği itibara ve saygıya kavuşabileceğine inanır (Acet M, 2005).

Futbol taraftarları, belli bir zaman sonra mantıklarıyla değil, hisleri ile davranmaya başlarlar. Taraftarı olduğu takımın başarısız sonuçlarında dahi amaçlarında sapma olmaz ve taraftarı olduğu takımı desteklemeye devam eder.

Bireyin ya da taraftarın desteklediği bazı konular aşırıya kaçabilmektedir. Başarılı durumlarda sevinçlerini, başarısızlık durumlarında ise üzüntülerini uç noktalarda, fanatizm duygusu ile hissettirmeye başlarlar (Ayan S, 2006).

Futbolda taraftarlık olgusu geliştikçe, maçlar daha da önemli bir hale gelmeye başlamıştır. Kulüp yöneticilerinin, taraftar gruplarına ve amigolara ücretsiz bilet temin etmeleri, deplasman maçlarına gidecek olan taraftarların masraflarının karşılanması gibi birçok konuda yardımın sağlanması taraftarlık kültürüne etkisi büyüktür.

Teknolojideki ilerlemenin bir sonucu olarak yalnızlaşma ve yabancılaşmaya karşı koymak isteyen insan, bir taraftan da hayatını daha da kolay hale getiren teknoloji kullanmaya çalışırken, kendini mutlu ve güvende hissettiği bir dernek, bir grup, bir klüp vb. sosyal bir grupta yer almayı istemektedir.

Kişinin diğer grup üyeleri ile aynı görüşte olması, birleşme amacı için çok önemlidir. Kişi taraftarı olduğu takım için diğer rakip takımların taraftarları ile kavga bile edebilir ve taraftarı olduğu takımı için yapamayacağı şey yoktur. Futbol, sosyolojik ve ekonomik etkileri ile değerlendirilecek olursa, üst seviye bir spor dalıdır. Futbol, ilaç ve silah sanayisini bile geri bırakacak seviyede küresel bir etkiye sahip, psikolojik ve toplumsal olgu ve bir sanayi dalı haline gelmiştir (Eker G.Ö, 2010).

4.2.1. Taraftar Türleri

Futbol taraftar gruplarının yaşları, biçimleri, sosyo - ekonomik durumları ve cinsiyetleri vardır. Bazı taraftar grupları gün boyu maç izlerken, bazı taraftarlar ise izlemez. Spor, taraftarı olduğu takım ve oyuncu olarak bölünmüş olsa da spor müsabakaları sporseverleri bir araya getirmektedir. İnsanlar; farklı sosyo - ekonomik düzeylere sahip olmalarına bağlı olarak, farklı spor branşlarını tercih etmektedirler. Gelir seviyeleri yüksek olan bireyler, golf, tenis, ata binme gibi sporlar ile ilgilenirken, orta ve düşük gelir gruplarındaki bireyler, futbol ya da beysbol sporu ile ilgilenmektedirler. Ancak spor, sosyal sınıfların ortadan kaldırılmasında kullanılabilen bir unsurdur. Farklı sosyal sınıflara mensup kişiler, benzer spor branşlarına yönelebilmektedirler (Delaney ve Madigan, 2009).

Taraftarları sınıflandırırken farklı “taraftar türleri” ortaya atılmıştır. Taraftar türlerinin ayrımını yapan kişilerin spor alanında uzmanlaşmış araştırmacıların olması

bizim için önemlidir. Stadyum içerisinde elde edilen gözlemlerden ortaya çıkarılan bu taraftar türleri, tribünde ki gerçekleri gözler önüne sermektedir.

Teoman (2001), taraftar gruplarını üçe ayırmakta ve taraftar grupları hakkında bilgi vermektedir. İlk taraftar grubu futbol hakkında bilgisiz ve ön yargıları olan seyircilerdir. Bu kişiler, aşırı alkol tükettiklerinde şiddete eğilimli olabilirler. İkinci taraftar grubu, biraz futbol bilgisi olan taraftarlardır. Bu taraftar grubunun içerisinde futbol oynamayan, hatta ayağına hiç top değmemiş olanlarda vardır. Bu grup oturup saatlerce maç izleyebilir. Üçüncü taraftar grubu ise futbol ile ilgilenmiş, diğer gruplara göre daha bilinçlidirler. Bu taraftar ayrımı, genel olarak taraftarların futbolla alakalı olma düzeyleri doğrultusunda ortaya çıkmıştır.

Kuper ve Szymanski (2011), taraftar gruplarını üçe ayırmışlardır. İlk taraftar grupları maçlara yeni gelmeye başlayanlar “yeni taraftar”dır. Yeni taraftarlar, tuttıkları takımın başarısı veya davet üzerine maçlara gitmeye başlamışlardır. İkinci taraftar grubu ise “sadık taraftar”dır. Sadık taraftarlar, en az bir sezondur takımının maçlarına gidenlerdir. Üçüncü taraftar türü ise “kayıp taraftar”lardır. Bu grup, takımlarının başarısızlıkları veya farklı nedenlerden dolayı (evlenme, işe girme vs) maçlara gitmeyen taraftarlardır.

Hatipoğlu ve Aydın (2007) taraftar gruplarını üçe ayırmıştır. İlk taraftar türü “medya taraftarlığı”dır. Bu taraftar grubunun üyeleri, takımları ile ilgili hemen hemen her bilgiyi medyadan öğrenmektedirler. İkinci grup ise “seyirci” taraftar grubudur. Seyirci taraftarlar, medya taraflarına nazaran maçlara gitmektedirler. Fakat bu taraftar grubu bazen futboldan uzaklaşmaktadırlar. Bu taraftar grubunda olan kişilerin, farklı iki takımı destekledikleri de görülmüştür. Üçüncü taraftar grubunda ise farklı tiplerin bir arada olduğu bir ‘matris’ olarak belirtilir. Bu taraftar grubu tribünlerin demirbaşlarından ve sürekli olarak takımları ile iç içedirler. Taraftarı olduğu takım ile özdeşleşen, diğer taraftarlar ile bir şeyler yaşamayı arzulayan kişilerdir.

Hunt, Bristol ve Bashow araştırmaları sonucu taraftar gruplarını beşe ayırmışlardır. İlk taraftar türü “geçici taraftar”lardır. Belirli zamanda gerçekleşen futbol organizasyonları sırasında ortaya çıkan bu taraftar türü, sonrasında ortadan kalkmaktadır. Bu taraftar tiplerinin, futbolla pek alakası yoktur. Dünya veya Avrupa kupası maçlarında, milliyetçilik duyguları ile birlikte ortaya çıkmaktadırlar. İkinci

tarafdar türü ise “yerel tarafdarlık” ’tır. Bu tarafdar türü, yaşadıkları coğrafyadaki futbol kulübü ile özdeşleşen tarafdar grubudur. Yaşadığı bölge değıştikçe takım değıştiren bir yapıya sahiptirler. Üçüncü tarafdar türü ise “adanmış tarafdar”lardır. Adanmış tarafdarlar, takımı ile özdeşleşen, kendisini tarafdarı olduğu takımın bir parçası olarak gören tarafdarlardır. Bu tarafdarlar, tutuğu takımın kimliğini büyük bir coşku ile taşımakta ve bu kimliği sürekli kullanmaktadır. Dördüncü tarafdar grubu ise “fanatik tarafdar” grubudur. Bu tarafdar türü, takımının kimliğini sürekli olarak toplumsal alanda kullanmaktadır. Beşinci tarafdar tipi ise “disfonksiyonel tarafdar” tipidir. Şiddet olaylarına yer bulan bu taraf gruplarıdır (Mullin ve Ark., 2000:66-67’den Akt: Or, 2009:21-24).

Genel anlamda literatürde tarafdarlıkla ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında birbirine benzer tarafdarlık türlerini görmekteyiz. Bu tarafdarlık türlerini kısaca açıklayacak olursak, bunlardan biri *mekâncılardır*. Mekancılar, tarafdarı olduğu takımın bütün maçlarını aynı yerden izlemektedirler. Oturdukları yer dolu ise maçı ayakta izlemeyi tercih etmektedirler. Diğer tarafdar türü *doyumusuz* tarafdarlardır. Takımlarının aldığı sonuçtan hiçbir zaman memnun olmayan, bütün kupaları alsalar da asla yeterli görmeyen tarafdar gurubudur. *Sabırsız* tarafdar grubu maç başlamadan stadyuma gelmekte ve her şeyin bir an önce olmasını istemektedirler. *Deplasmancı* tarafdar grubu ise, takımının tüm deplasman maçlarına gitmeye çalışmaktadırlar. Parasız kaldıklarında ise kişisel eşyalarını satarak maçlara gitmektedirler. *Takımla şahlananlar*, takım sahada yokken sessiz bir şekilde oturan, takımları sahaya çıktığı andan itibaren farklı bir ruha bürünen, bir an olsun susmayan, sürekli tezahürat yaparak takımını destekleyen tarafdar grubudur. *Uğruna inanan tarafdar*’lar, stadyuma gelmeden önce dua eden ve totem yapan tarafdarlardır. Son tarafdar grubu ise *bilmişler*’dir. Bu tarafdarlar, kendi bilgilerine son derece güvenirlere ve takımda kimin iyi kimin hatalı oynadığına dair tespitler yapmaktadırlar. Takımları yenilince ‘ben olsa idim’ şeklinde açıklamaları ile takım yöneticisi gibi davranmaktadırlar (Acet, 2006)

Stadyumda maç izleyen tarafdarlar ister fanatik ister izleyici, isterse de meraklı tarafdar olsun hepsi sosyal statülerini bir kenara bırakarak bir bütün olmaktadır. Futbol tribünleri sosyal sınıfları ortadan kaldırmaktadır. Fakat Bromberger’in Olympique Marseille (Marsilya) stadyumunda yapmış olduğu araştırmada, stadyumun da kendine has hiyerarşik bir düzeninin olduğunu ortaya koymuştur. Bromberger’e

(1993) göre stadyumda taraftarlar yaş, mahalle, mesleğe göre farklı yerlerde oturmakta ve taraftarlar kendilerine has özellikler sergilemektedir. Bromberg'e göre stadyum, yaşanan şehrin minyatür görüntüsüdür. Broomberg'in Marsilya'da stadyumda yapmış olduğu araştırma da, stadyumun kuzey kısmında kuzeyden gelen işçiler yer aldığı ortaya çıkmıştır. Şehrin güney kısmında ikamet eden saygın ve lüks yerleşim yerlerinde oturanlar ise stadyumun güney kısmını tercih etmektedirler. Bu şekilde stadyum da sosyal sınıf ayrımına sahne olmaktadır (Broomberger C, 1993).

4.3. Özdeşleşme

Özdeşleşme; bireyin, başka bireylerle kişilik kaynaşması gerçekleştirecek ölçüde onların yaşantılarına ve hislerine katılması, bireyin bu yolla kendi kimliğini tanıması ve tanımlaması süreci olarak ifade edilmektedir (kelimeler.gen.tr).

Cheney ve Tompkins (1987) özdeşleşme kavramını, kişi ile grupların “kimliği benimseme” olarak kavranabileceği, benimsenmenin kişi ve gruplar tarafından “kazanılmış ve kuşatılmış öğelerin sınıflandırılmaları” olabileceğinin belirtmişlerdir.

Özdeşleşmenin bütünsel olarak değerlendirilmesi sosyal kimlik teorisinin gelişmesinden gelmektedir. Tajfel (1978), sosyal kimliği “kişinin bilgisinden ya da sosyal bir gruba ya da gruplara üyeliğinden ve bu üyeliğe duygusal ve değersel olarak bağlılığından türeyen kişinin sosyal bağlamının bir parçası” olarak tanımlamıştır.

Özdeşleşme, gelişme çağındaki ergenin, birinci derecedeki aile fertlerini ve kendine göre önemli gördüğü kişileri örnek alarak kendine mal etme süreci olarak tanımlanmaktadır (Erkal ve ark., 1998)

Çocuk on iki yaşına kadar baba, anne, teyze, komşu gibi yakınlarını kendine örnek alır. Onlara benzemek, onlar gibi hareket etmek ister. Birey bu dönemde “Ben kimim?” sorusuna cevap aramaktadır. İlerleyen zamanlarda kendi kimliğini aramaya, anne ve babanın etkisinden kurtulmaya çalışmaktadır. Birey bu dönemde kendi kimliğini bulmak amacıyla kendine rol modeller aramakta ve farklı kişilerin kimliğine bürünmekte, farklı kişi ve grupları kendisine örnek alarak onlar ile özdeşim kurmaya çalışmaktadır (Freud S, 1996). Bireyin yaşadığı toplumsal ve kültürel ortam, kişiliğinin gelişmesi ve sağlıklı bir özdeşleşmenin gerçekleşmesi için önemlidir (Erkal ve ark., 1998). Kişi bu dönemde geçici kimlikler yerine kalıcı bir kimlik kazanma

çabasıdır. Bu dönemde kimlik kazanma daha da fazla önem kazanmaktadır (Selçuk Z, 1996).

Toplumda birçok kişi en az bir spor branşı ile ilgilenmekte hatta amatör seviyede spor yapmaktadır. Sporun hayatımızda önemli bir yeri olmasını Demirel vd. (2007); “sporun modern toplumun en yaygın ve en etkili sosyal kurumlardan biri olması” şeklinde açıklamaktadır. Sporun insan hayatında önemli bir yer edinmesiyle birlikte kendilerini spor kulübüne bağlı hissetmektedirler. Taraftarlık olarak tanımlanan bu durum, takımların kurmuş oldukları ilgi, alaka ve sevgi duygusuyla ölçülmektedir.

4.3.1. Özdeşleşme Alanları

Özdeşleşme modelleri bireyin örgütle ilişkisini açıklamaya ve özdeşleşmenin gerçekleştiği durumları ve bireyin nasıl farklılaştığını anlatmaya çalışır. Örgütsel kimlik modellemelerinde ki açıklamalar bu kısım için geçerli olacaktır (Tüzün K.İ, 2006). Özdeşleşme olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz sonuçlarda doğurabilmektedir. Özdeşleşme birey boyutunda kalmayıp psiko-kültürel etkileşim alanlarına vardır. Bu alanlara değinecek olursak;

4.3.1.1. Kişi-Kişi Özdeşleşmesi

Bireyin gençlik dönemlerinde beğendiği sporcuyu rol model olarak davranışlarını, düşüncelerini buna göre yapılandırır ve özdeşleştiği sporcunun her şeyini değerli hale getirmek ister.

4.3.1.2. Kişi-Takım Özdeşleşmesi

Bireyin popüler bir takımla ya da sporcu ile kendini özdeşleştirmesidir. Taraftarı olunan kişiler açısından gurur kaynağı olmaktadır. Bu duruma amigolar örnek verilebilir. Bireyler güçlü bir takımın taraftarı olarak güçlü bir kimlik kazanmanın amacındadır (Erkal ve ark., 1998). Kişi takımı kendinin bir parçası olarak görmekte, yendiği zaman kendi yenmiş gibi, mağlubiyet aldığı zaman ise kendisi yenmiş gibi hissetmektedirler. Taraftar olduğu takım ile özdeşleyen kişiler, takımının başarılı ya da başarısız sonuçlarını kendi özel yaşantılarında hissetmektedirler. (Şahin M, 2009).

4.3.1.3. Küme (Takım)-Küme (Takım) Özdeşleşmesi

Toplumsal bir grubun ya da bir taraftar topluluğun başka bir takım ile özdeşleşmesidir. Karadeniz bölümünde yaşayan kişilerin Samsunspor ile özdeşleşmesi bu duruma örnek verilebilir.

4.3.1.4. Kişi-Kültürel/Sportif İmge (İmaj) Özdeşleşmesi

Ulusal, yerel, evrensel herhangi bir simge ile özdeşleşen kişinin, sportif olanı tercih ederek katılmasıdır. Birey bir gruba katılmaktan güven ve iftiharını özdeşleştiği kulübün attığı sloganlar ile maçlarına katılım göstererek duyar. Grubun bir parçası olarak kişiliğini hiç olmaktan kurtarır. Kendisini grubun önemli bir üyesi olarak görür ve toplumda kendisinin önemli bir yeri olduğuna inanır. Birey destek verdiği takım ile bir bütün olur ve özdeşleşir.

4.4. Futbol Taraftarlığı ve Özdeşleşme

Bireylerin takım tutmadaki kriterlerinin bilimsel anlamda bir açıklaması yoktur. Maddi gelirlerinin düşük olmasına rağmen, takımlarını desteklemekten vazgeçmeyen taraftarlar, doğuştan fanatik midir? Sonradan öğrenilen kültürel unsur mudur? (Yılmaz, 2002) gibi cevap bekleyen sorular ile karşılaşmaktayız.

Takımla özdeşleşme alanında yapılan çalışmalar, seyirciler ve taraftarlarla ilgili yapılan araştırmalarda önemli bir yere sahiptir. Özdeşleşme kavramının temelinde sosyal kimlik kavramı yer almaktadır ve bir taraftar grubunun takımıyla ilgili sosyal ilişkilerini ve grup üyelikleri açısından bütünleşme durumunu açıklamaktadır (Parker, 2007).

Takımla özdeşleşme durumunda, taraftar grupları takımlarına duygusal ve psikolojik anlamda bağlıdırlar. Taraftar grupları, takımlarına olan bağlılıklarını gösterebilmek için takımlarının ürünlerini kullanmaktadırlar (Kwak ve Kang 2009). Takımı ile duygusal bir bağ kuran taraftar, taraftarı olduğu takımının ya da sporcunun başarısı ile sevinmekte, başarısızlığı ile üzülmemektedir.

Taraftarın takımları ile özdeşleşmeleri, takımları açısından zaman, para gibi konularda önemli bir etkiye sahiptir (Fisher, 1998). Takımlarıyla özdeşleşen

tarafıtarlar, takımlarının maçları için daha yoğun bir şekilde bilet almakta ve lisanslı ürünlerini satın almaktadırlar (Baran ve Taşkın,2017).

Takımları ile özdeşleşen tarafıtarlar, takımlarının renklerini ya da logosunu günlük hayatta kullandıkları ürünlerin üzerinde taşımaktadırlar. Kendine rol model olarak belirlediği sporcunun davranışlarını örnek alabilmektedirler. Örneğin, Beşiktaş futbol kulübü 2004 senesinde Valencia futbol kulübünden Norveçli futbolcu John Carew'in transferini gerçekleştirmiştir. Carew, Beşiktaş takımında 23 numaralı formayı giymek istemiş ve bu durumu şu şekilde açıklamıştır: “Ben, NBA'in efsanevi ismi Michael Jordan'ın hayranıyım. O, altı şampiyonluk yaşadığı Chicago Bulls ve daha sonra oynadığı Washington Wizards'da hep 23 numaralı formayı giydi. Ben de Beşiktaş'ta 23 numarayı isterim” (Demirel ve ark.,2007).

Özdeşleşme, bireyleri, grup üyelerinin kararlarını kabul etme, onların isteklerine göre davranma, grubun davranış şekillerini benimsemeye yöneltmektedir. Takımla özdeşleşmede, psikolojik olarak tarafıtarı olduğu takımı ile ilgilenme veya takımına olan psikolojik bağıdır. Takımıyla özdeşleşmiş kişi, takımın ve sporcuların başarısı ile sevinmekte, kaybettiği zaman üzölmektedir (Güllü ve Güçlü, 2006).

Özdeşleme konusunu Sutton ve ark. (1997) üç gruba ayırmış ve bunları; düşük (sosyal tarafıtar), orta (odaklanmış tarafıtar) ve yüksek (kazanılmış tarafıtar) şeklinde belirmişlerdir. Düşük seviyedeki özdeşleşme; düşük seviyedeki duyguyu, nispeten heyecanı durgun uzun vadeli ilişkiyi, takımına maddi açıdan desteğin az olmasını ifade etmektedir. Bu tarafıtar grubu, duygusal açıdan bağılılık göstermekten ziyade, stres atma ve zevk alma amacı ile maçlara katılım göstermektedirler. Orta seviyedeki özdeşleşme, takımından büyük başarılar bekleyen tarafıtarların, takımları için önemli maddi yatırımlar yapmalarına rağmen, davranışları takımlarının başarıları ile ilgilidir ve bu nedenle davranışlar kısa vadede olabilir. Takımları ile yüksek seviyede özdeşleşmiş tarafıtarlar, bir takımın sahip olabileceği en sadık, en güçlü ve en uzun vadeli ilişkiyi ifade etmekte ve bu ilişki finans ve zaman açısından önemli bir yatırım olarak kabul edilmektedir. Özdeşleşme düzeyi yüksek tarafıtarlar, takımla ile birlikte yaşamakta, takımlarının maçlarını sadece iç sahada değil deplasman maçlarında dahi stadyumda izlemekte, kulüplerinin satışa sunduğu lisanslı ürünleri almaktadırlar.

Takımla özdeşleşme üst düzeye çıktığı zaman taraftarlar aldıkları ürünler ile sponsorları da desteklemiş olurlar. Özdeşleşmiş taraftarlar takımlarının sponsorlarının ürünleri tercih etmektedirler (Madrigal, 2001).

Spor takımı ile özdeşleşme, taraftarı olunan takıma bağlılık açısından, taraftarların kendi kimliklerini tanımlamalarını kapsar; taraftarı olduğu takım kişinin kendisinden bir parça haline gelir (Belk, 1988; Madrigal, 2000).

4.5. Merak Kavramı

Merak, bir şeyi anlamak veya öğrenmek için duyulan dürtüdür. Bu dürtü, yeni ya da ilginç konuları incelemeye, keşfetmeye yöneliktir. Çocuklarda sosyal çevreyi keşfederken eline gecen cisimleri eline alma, ısırma, tadına bakmaya çalışma, koklama gibi davranışlar kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Merak, insanın temel öğrenme biçimlerinden bir tanesidir ve 3-4 yaşlardaki çocukların çevresindekileri keşfetme amaçlı “Bu ne?” gibi bitmez tükenmez soruları ile zirveye ulaşır. Merak kavramının insanlarda erken yaşlarda başlaması, bu durumun hayvanlarda da gözlenmesi nedeniyle merakın doğuştan gelen öğrenilmemiş güdü olduğuna inanılır. Fakat Psikanalizde Freud bu durumun bakma içgüdüsünün yüceltilmiş bir türü olduğunu savunmuştur (Budak, 2000).

Kişi dünyaya geldiği andan itibaren keşfetmeye ve öğrenmeye çalışır ve ilk deneyimlerini merak ve keşfetme duygusu sayesinde yaşar. Merak güdüsü kişiyi farklı alanlarda kendini geliştirmesine ve yenilemesine yardımcı olur. Bilim, sanat, teknoloji, eğitim gibi birçok alandaki gelişmeler insanların merak duygusu sayesinde ortaya çıkmıştır. Tarih boyunca medeniyetlerin tarih içerisindeki gelişimleri ve bilimsel keşifler insanların merakları sayesinde ortaya çıkmıştır (Berlyne, 1978; Loewy,1998).

Merak, öğretme ve öğrenme aşamalarından oluşmakta, bu aşamada öğrenme sürecinin kendiliğinden olacağı tespit edilmiştir. Bu durumun nedeni ise merakın öğrenme sürecinin tetikleyicisi olarak varsayılmasıdır. Öğrenme sürecinde, dikkat çekme ve merak uyandırma aşamalarına daha özenli şekilde dikkat etmeleri öğretmenlere tavsiye edilmektedir (Demirel ve Coşkun, 2009).

İnsanoğlu yaratılışı gereği dűşünen ve sosyal hayatında olan olayları sorgulayan, değerlendiren ve eleştiren bir varlıktır. Bu özelliklerinden ötürü birçok şeyi merak etmekte ve öğrenmeyi arzulamaktadır. Kişinin öğrenme arzusunu anlatan kavram ise merak kavramıdır (Türk Dil Kurumu, 2018). Literatür incelendiğinde uzmanlar merak kavramını, kişinin çevresindeki yeni, değişik, esrarengiz olayların ve gelişmeleri öğrenmek istemesi, karşılaştığı bu olayları irdeleme ve deneyimleme arzusu ve bu konuda istekli olması olarak tanımlamışlardır (Demirel ve Coşkun, 2009).

Merak kavramı, yakın dönemlerde bilişsel bir konu olarak incelenmiştir. Örneğin Hebb (1955) ve Nissen (1954) merakı, algılama ve anlamının sonucu olarak ortaya çıkan, bilişsel bir durum olarak vurgulamışlardır. Örnek vermek gerekirse, bireyin duyduğu ses dikkatini çekebilir ve sesin kaynağını araştırmaya koyulabilir. Buna göre merak, dikkatin merkezini oluşturan konuyu öğrenme arzusunun ortaya çıktığı güdü olarak betimlenebilir.

Merak kavramını Freud, bilgiye ulaşma arzusu; Piaget, bilginin çoğalmasına aracılık eden zaruret; Bruner, sadece bireylerin değil, ortak özellikleri olan türlerin hayatlarını devam ettirebilmesi amacıyla sahip olmaları gereken kaçınılmaz bir özellik (Reio, 1997) olarak tanımlamışlardır. Tanımlar incelendiğinde, merak kavramının kesin olarak tek bir ifade ile açıklanamadığı görülmektedir. Kimileri için öğrenme arzusu, bir şeyi anlama cabası, dikkat, kavrama isteği, ilgi, duygu ve güdü, bir konuyu keşfetmek maksatlı deneyim olarak açıklanmıştır (Dursun 2019).

Genel anlamda bilmeye olan ihtiyaç ve arzu olarak açıklanan merak kavramı, sonradan kazanılan bir davranış mı olduğu yoksa doğuştan mı geldiği konusu hakkında çeşitli hipotezler bulunmaktadır. Ancak psikoloji kaynaklarında merak, kişinin doğumundan itibaren dürtü olarak ortaya çıktığı belirtilmektedir (Demirel ve Coşkun, 2009). Bu özelliği ile merak, kişinin yaşamı boyunca hal ve hareketlerini olumlu ya da olumsuz yönden etkileyebilir. Merak kavramını davranış biçimini anlatmak ve bu davranış türünü ortaya çıkaran teoriyi açıklamak için kullanmıştır (Berlyne'den aktaran Edelman, 1997).

Berlyne'nin merak kuramı literatürde geniş bir şekilde kabul görmüş, meraklılığı algısal ve bilgisel (epistemik) olarak iki başlık altında incelemiştir.

4.5.1. Algısal Meraklılık

İşitme, görme gibi duyuşsal kavramların belirsiz ya da farklı nesnelere hakkında yeni bilgileri elde etmede kullanılan davranıştır (Berlyne, 1957'dan aktaran Ünal, 2005). Algısal meraklılık dürtüsel algının artmasına neden olmakta; organizma yeni bilgiyi edinebilmek için kendisini düzenlemektedir. Alguların dürtü yolu ile artmasından dolayı, insanlarda ve hayvanlarda görülebilen bir özellik olarak kabul edilmektedir (Noone,1994; Fulcher,2004).

4.5.2. Bilgisel Meraklılık

Belirsizlikler veya teoriler, zihinsel bulmacalar gibi karmaşık fikirler tarafından harekete geçen, doğru bilgiye ulaşmak için sorulan soru ve önermeleri içermektedir (Berlyne, 1954'ten aktaran Ünal, 2005). Bilgisel merak, bilginin araştırılması ve elde edilmesi sonucunda ortaya çıkan rahatlama durumunu ifade etmektedir. Bilgisel merakta bilgiye ulaşma, öğrenme ve farklı bellek özelliklerine değinilmektedir. Bilgisel meraklılıkta ana amaç bilgiye ulaşmaktır, bilginin yetersizliği ve kavramsal çelişkiler bilgisel merakı tetiklemektedir (Litman ve Spielberg, 2003). Bu nedenlerden ötürü bilgisel merakın sadece insana özgü bir merak çeşidi olduğu kabul edilmektedir. (Flucher,2004; Noone,1994). Berlyne (1978), bilgisel merakı, özgün merak ve ayrıştırıcı merak olarak iki alt boyutta incelemiştir.

Bunlardan ilki olan özgün merak; özel bir konu üzerinde araştırma yapma, konuyu irdeleme veya keşfetme isteği olarak tanımlanmaktadır. Kişinin kendi bilgi birikimi ve tecrübeleriyle, bir konu üzerinde araştırma yapmasıdır (Acun ve ark, 2013; Loewestein, 1994).

Bilgisel merakın bir diğer türü olan ayrıştırıcı merak ise bireyin boş vakitlerinde canı sıkıldığı zaman ortaya çıkan genel olarak bir durumu araştırma, inceleme davranışı olarak tanımlanmaktadır. Merak boyutunda üzerinde söz sahibi olunabilen ve yeni durumlar ya da konular hakkında etkin araştırma söz konusudur. Araştırmalar sonucunda ayrıştırıcı merak konusu olumlu bakış açısı ile değerlendirilmiş, sosyallik, cesaret ve çalışanların iş performansı ile alakalı kavram olarak sunulmuştur (Acun ve ark., 2013).

4.5.3. Meraklı Bireylerin Sahip Olduğu Özellikler

Maw ve Maw'a (1968) göre merak sahibi kişiler aşağıda belirtilen özellikleri taşımaktadırlar:

Meraklı insanlar;

- Kendisi ve çevresi hakkında daha çok şey bilme ve öğrenme ihtiyacı içerisindedirler,
- Çevresindeki gizemli, yeni, değişik olaylara ve durumlara karşı açık fikirlidirler, onlardan etkilenirler ve fayda sağlamanın yollarını ararlar,
- İyi bir gözlemcidir ve yeni deneyimlere açıktırlar,
- Merak ettiği bir konu hakkında doyuma ulaşana kadar araştırmaya devam ederler (Köymen, 2002).

Belirtilen özellikteki kişiler ayrıca; soru sormaya, eleştirmeye ve bir problemi araştırmaya meyillidir. Merak duygusu ile güdülenmiş kişi, bir olayın ortaya çıkmamış nedenlerine ve gerekçelerine, daha önce sorulmamış sorulara açıktır. Kendi anlayışındaki ve bilgi eksiklerini belirleyerek keşif ve gözlem yapma, hipotez belirleme, tez ve antitez geliştirme, eleştirel soru sorma yatkınlığına sahiptirler (Demirel ve Coşkun, 2009).

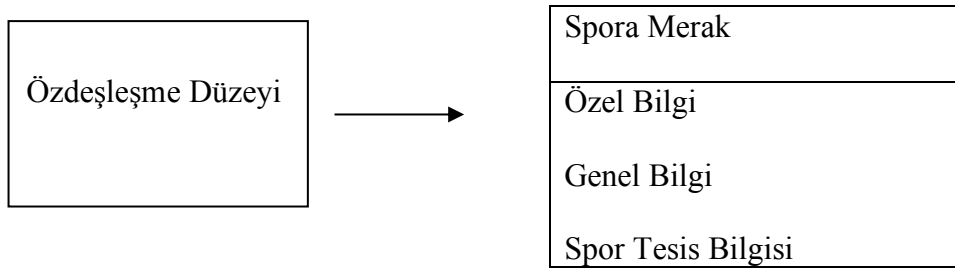
Merak kavramı konusunda genel bir tanım yapılacak olursa; bilgiye ulaşma ihtiyacı veya bu ihtiyacı gerçekleştirmek için duyulan arz olarak tanımlanabilir. Merak, bireyin çevresinde olan olayları araştırmaktan çekinmeyen, kendisi ve çevresi ile alakalı yeni bilgilere ulaşmaya çalışan kişilerin sahip olduğu özelliktir (Coşkun ve Demirel, 2012). Bu niteliklere sahip kişilerin merak güdüsünün harekete geçmesinin, o kişide öğrenme ve öğretme aşamalarını kolaylaştıracağı düşünülmektedir. Kişinin sahip olduğu merak ve keşfetme arzusunun, tüm eğitim süreci boyunca güdüleyici bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Demirel ve Coşkun (2009), merakın öğrenme sürecindeki etkisinden bahsederken, yaşam boyu öğrenme süreci içerisindeki en itici güçlerden birisi olarak tanımlamışlardır. Bu dürtünün eğitim ortamında harekete geçmesi ile birlikte, öğrenmenin de kendi kendine gerçekleşeceğini savunmuşlardır.

5. GEREÇ VE YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde, model, evren ve örneklem, amaç, hipotez, veri toplama araçları ve verilerin toplanması, sayıltılar/varsayımlar, sınırlılıklar, verilerin analizinde kullanılan istatistiksel yöntemlerle ilgili bilgiler yer almaktadır.

5.1. Araştırmanın Modeli

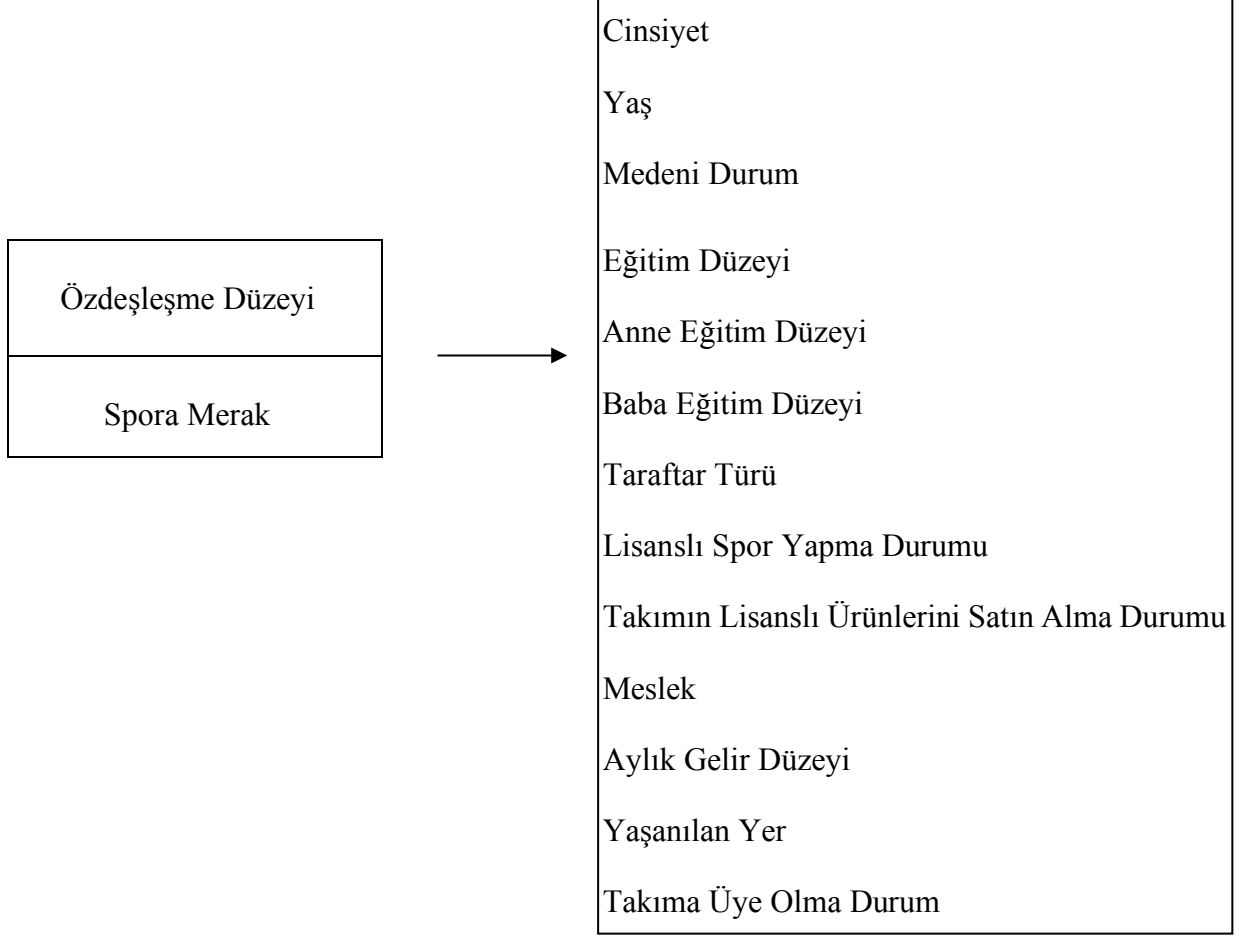
Araştırmanın modeli, Samsunspor taraftarlarının takımlarıyla özdeşleşme düzeyleri ile takımlarına yönelik merak düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmeye çalışıldığı araştırma tarama modelidir. Bu çerçevede spor takımıyla özdeşleşme düzeyleri¹ ile spora özel merakları (özel bilgi, genel bilgiler ve spor tesis bilgisi alt boyutları) arasındaki ilişki açıklanmaya çalışılmıştır.



Şekil 5.2. Araştırma Kapsamında Oluşturulan Model-1

Araştırmada ayrıca, cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, taraftar türü, meslek, aylık gelir düzeyi, yaşanılan yer, takıma üye olma durumu, lisanslı spor yapma durumu, takımın lisanslı ürünlerini satın alma durumu ile özdeşleşme ve takımlarına yönelik merak düzeyleri arasındaki farklılığın tespitine yönelik model oluşturulmuştur. Modele ilişkin gösterim aşağıdaki gibidir:

¹ Özdeşleşme düzeyi tek bir boyut olarak ele alınmıştır.



Şekil 5.3. Araştırma Kapsamında Oluşturulan Model-2

Yukarıda ifade edilen model doğrultusunda hazırlanan bu araştırma, iki aşamadan meydana gelmektedir. Birinci aşamada ele alınan değişkenler olarak tutulan takımla özdeşleşme ve tutulan takıma yönelik merak düzeyine yönelik kuramsal çerçeve oluşturulmuştur. Burada söz konusu değişkenlerle ilgili bilgilere yer verilmiştir. Bu amaçla öncelikle alanyazında yer alan çeşitli araştırmalar incelenmek üzere makale, tez ve çeşitli dergiler taranmıştır.

Araştırmanın ikinci aşamasında Samsunspor taraftarlarının tuttukları takımla özdeşleşme düzeyleri ile takımlarına yönelik merak düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçlayan uygulama aşamasına yer verilmiştir. Bu kısımda araştırmanın amacı, konusu, varsayımları, evren, örneklem, kullanılan istatistik teknikler ve sınırlılıklar gibi konular üzerinde durulmuştur.

5.2. Araştırmanın Konusu ve Amacı

Bu araştırmanın amacı Samsunspor taraftarları özelinde, futbol taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri ile takımlarına yönelik merak düzeyleri arasındaki ilişkinin ortaya konmasıdır. Bu doğrultuda, çalışmada Samsunspor taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri, takımlarına yönelik merak düzeyleri, özel bilgi, genel bilgiler ve spor tesis bilgisi gibi alt boyutlar doğrultusunda açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın bir diğer amacı ise cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, taraftar türü, meslek, aylık gelir düzeyi, yaşanılan yer, lisanslı olarak spor yapma durumu, takıma üye olma durumu, takımın lisanslı ürünlerini satın alma durumu ile özdeşleşme ve spora özel merakları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını ortaya koymaktır.

5.3. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacı çerçevesinde geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

H1: Futbol taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri ile takımlarına yönelik merakları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1a: Futbol taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri ile özel bilgileri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1b: Futbol taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri ile genel bilgileri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1c: Futbol taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri ile spor tesis bilgisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Futbol taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri ile takımın maçlarını izleme yeri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H3: Futbol taraftarlarının takımlarına yönelik merak düzeyleri ile takımın maçlarını izleme yeri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H3a: Futbol taraftarlarının özel bilgi düzeyleri ile takımın maçlarını izleme yeri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H3b: Futbol taraftarlarının genel bilgi düzeyleri ile takımın maçlarını izleme yeri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H3c: Futbol taraftarlarının spor tesislerine yönelik bilgi düzeyleri ile takımın maçlarını izleme yeri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H4: Futbol taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri ile takımın deplasman maçlarına gitme sıklığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H5: Futbol taraftarlarının takımlarına yönelik merak düzeyleri ile takımın deplasman maçlarına gitme sıklığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H5a: Futbol taraftarlarının özel bilgi düzeyleri ile takımın deplasman maçlarına gitme sıklığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H5b: Futbol taraftarlarının genel bilgi düzeyleri ile takımın deplasman maçlarına gitme sıklığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H5c: Futbol taraftarlarının spor tesislerine yönelik bilgi düzeyleri ile takımın deplasman maçlarına gitme sıklığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H6: Futbol taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri ile;

H6a: Cinsiyet,

H6b: Yaş,

H6c: Medeni Durum,

H6d: Katılımcıların Eğitim Düzeyleri,

H6e: Anne Eğitim Düzeyi,

H6f: Baba Eğitim Düzeyi,

H6g: Taraftar Türü,

H6h: Lisanslı Spor Yapma Durumu,

H6i: Takımın Lisanslı Ürünlerini Satın Alma Durumu

H6j: Meslek

H6k: Aylık Gelir Düzeyi

H6l: Yaşanılan Yer

H6m: Takıma Üye Olma Durumu arasında anlamlı bir farklılık vardır.

- H7: Futbol taraftarlarının takımlarına yönelik merak düzeyleri ile;
- H7a: Cinsiyet,
- H7b: Yaş,
- H7c: Medeni Durum,
- H7d: Katılımcıların Eğitim Düzeyleri,
- H7e: Anne Eğitim Düzeyi,
- H7f: Baba Eğitim Düzeyi,
- H7g: Taraftar Türü,
- H7h: Lisanslı Spor Yapma Durumu,
- H7i: Takımın Lisanslı Ürünlerini Satın Alma Durumu
- H7j: Meslek
- H7k: Aylık Gelir Düzeyi
- H7l: Yaşanılan Yer
- H7m: Takıma Üye Olma Durumu arasında anlamlı bir farklılık vardır.

5.4. Araştırmanın Evreni Ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Samsunspor taraftarları oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise Samsunspor taraftarları arasından basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen taraftarlardan oluşmuştur.

Araştırmada, evreni temsil etme yeterliliğine sahip örneklem sayısının belirlenmesinde güvenilirlik düzeyinin %95 olduğu ve geniş kitlelerin olduğu durumda kullanılan $n=(z/e)^2p.q$ formül baz alınmıştır. Sekeran'a (1992) göre bu sayı geniş yığınlar için minimum 384 kişidir. Anketlerin, katılımcılar tarafından doldurulmasından önce anketle ilgili gerekli açıklamalar yapılmış ve bazı anketlerin, tam olarak doldurulamayacağı düşünülerek toplamda 400 kişiye anket soruları dağıtılmış ancak bunlar içerisinde 392 tanesinin tam olarak doldurulduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu çalışmanın örneklemi 392 kişiden oluşmuştur.

Çalışma verileri Samsun ili sınırları içerisindeki Samsunspor taraftarlarına anket uygulaması, dağıtımı ve toplanması şeklinde yapılmıştır. Çalışma, gönüllülük esas alınarak ve gönüllü olur formu doldurularak yapılmıştır. Doldurulan anketler bir ön değerlendirmeden geçirilmiş ve uygun olanlar dikkate alınmıştır.

5.5. Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması

Araştırmada kullanılan anket formu, üç bölümden ve 35 sorudan oluşacak şekilde Türkçe olarak hazırlanmıştır. Anket içerisinde, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacı ile oluşturulan ‘‘Kişisel Bilgi Formu’’ (Ek 1: Anket), Özel bilgi, Genel bilgi ve Spor tesis bilgilerini içeren ve Spora Özel Merak düzeylerini belirlemek için 11 maddeden oluşan ‘‘Spora Özel Merak Ölçeği’’ (Ek:2: Spora Özel Merak Ölçeği) ve spor taraftarlarının özdeşleşme durumlarını belirlemek amacı ile 7 maddeden oluşan ‘‘Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği’’ (Ek:3: Spor Taraftar Özdeşleşme Ölçeği) yer almaktadır.

Araştırmada katılımcıların kişisel bilgilerini ortaya koyan sorular içerisinde cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, meslek, aylık gelir düzeyi ve yaşanan yer soruları yer almaktadır. Katılımcıların spora yönelik görüşlerini ortaya koyan sorular içerisinde ise ‘‘lisanslı olarak spor yapma durumu, takımın maçlarının nereden izlendiği, taraftarı olunan takımın maçlarına gitme sıklığı, taraftar türü, üyelik durumu, taraftarı olunan takımın lisanslı ürünleri satın alma ve maçlarına ne sıklıkla gitme durumu ile tutulan takımın lisanslı ürünlerini satın alma durumu’’ sorularının sorulduğu ‘‘Kişisel Bilgi Formu’’ yer almaktadır.

Samsunspor taraftarlarının, takımlarıyla özdeşleşme düzeylerini ölçebilmek amacıyla Wann ve Branscombe tarafından geliştirilen Günay ve Tiryaki (2003) tarafından Türkçe’ye uyarlanarak geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılan ‘Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği’ kullanılmıştır. Ölçek 1-8 puan aralığında 7 maddeden oluşmaktadır. Yüksek puanlamanın olması, spor taraftarı özdeşleşmesinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Günay ve Tiryaki, ölçeğin yapı geçerliliğini test edebilmek amacıyla temel bileşenler faktör analizini kullanmış ve tek faktörle açıklanan varyans yüzdesini %59 olarak bulmuşlardır. Cronbach alfa ile hesaplanan iç

tutarlılık değeri ise .87 olarak hesaplanmıştır. Bu oran bizim çalışmamızda 0,90 olarak belirlenmiştir.

Samsunspor taraftarlarının takımlarına yönelik merak düzeylerini ölçebilmek amacıyla Seong Hee Park ve ark. (2014) tarafından geliştirilen ve Korur ve Dever (2018) tarafından Türkçe'ye uyarlanarak geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılan Spora Özel Merak Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek toplam 11 ifade ve 3 alt boyuttan (Özel Bilgi, Genel Bilgi ve Spor Tesis Bilgisi) oluşmaktadır. Yüksek puanlamanın olması, spor taraftarlarının merak düzeylerinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Ölçeğin güvenilirliğine yönelik yapılan analiz sonucunda Cronbach's Alpha katsayısı 0,86 olarak bulunmuştur. Bu oran bizim çalışmamızda ise 0,91 olarak tespit edilmiştir.

5.5.1. Varsayımlar

Samsunspor taraftarlarının takımlarına olan merak düzeyleri ile özdeşleşme düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçlayanbu çalışmada kullanılan ölçme araçlarının uygun olduğu varsayılmıştır.

Araştırmaya katılan taraftarların söz konusu ölçme araçlarını içtenlikle ve doğru cevap verdikleri varsayılmıştır.

Araştırmaya katılan taraftar sayısının evreni temsil yeterliğine sahip olduğu varsayılmıştır.

5.5.2. Sınırlılıklar

Taraftarlar üzerinde yapılan bu araştırmanın kapsamı, Samsunspor kulübü taraftarlarıyla sınırlı tutulmuştur. Bu nedenle, Araştırmanın sonuçlarının diğer bütün kulüplere genellenemez oluşu araştırmanın sınırlılıklarından birini oluşturmaktadır.

Bu araştırma Samsunspor taraftarları arasından tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilenlerden alınan cevaplarla sınırlıdır.

Araştırma, değerlendirme yöntemi olarak kullanılan anket soruları ile sınırlandırılmıştır.

Araştırma konusu taraftarı olunan takıma yönelik merak ile özdeşleşme düzeyi üzerinde etkili olacağı düşünülen yaş, cinsiyet, meslek, yaşanılan yer, takıma üyelik

durumu, medeni durum, lisanslı spor yapma durumu, lisanslı ürünleri satın alma değişkenleri ile sınırlıdır.

5.5.3. İstatistiksel Yöntemler

Bu çalışmada elde edilen veriler IBM SPSS Statistics Version 25 paket programı ile analiz edilmiştir.

Değişkenlerin normal dağılımdan gelme durumları araştırılırken birim sayıları nedeniyle Shapiro Wilk's' den yararlanılmıştır. Sonuçlar yorumlanırken anlamlılık düzeyi olarak 0,05 kullanılmış olup; $p < 0,05$ olması durumunda ise değişkenlerin normal dağılımdan geldikleri belirtilmiştir.

Gruplar arasındaki farklılıklar incelenirken değişkenlerin normal dağılımdan gelmemesi nedeniyle Mann Whitney U ve Kruskal Wallis-H Testlerinden yararlanılmıştır.

Kruskal Wallis-H Testinde anlamlı farklılıkların görülmesi durumunda PostHoc Çoklu Karşılaştırma Testi ile aralarında farklılık olan gruplar belirlenmiştir.

Normal dağılımdan gelmeyen değişkenler arasındaki ilişkiler incelenirken Spearman's Korelasyon Katsayısından yararlanılmıştır.

Sonuçlar yorumlanırken anlamlılık düzeyi olarak 0,05 kullanılmış olup; $p < 0,05$ olması durumunda ise anlamlı bir ilişkinin olmadığı belirtilmiştir.

5.5.4. Araştırmanın Değişkenleri

Araştırmada ele alınan değişkenler olarak tutulan takıma olan merak ile özdeşleşme düzeyinin bağımlı değişken olduğu durumda yaş, meslek, yaşanılan yer, takıma üyelik durumu, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, anne ve baba eğitim düzeyi, lisanslı spor yapma durumu ve lisanslı ürün satın alma değişkenleri bağımsız değişken olarak ele alınmıştır.

Araştırmada başvuru korelasyon analizinde ise takıma yönelik merak bağımsız değişken, takımla özdeşleşme ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır.

6. BULGULAR

6.1. Demografik ve Betimleyici Bulgular

Araştırmada ölçek uygulanan 392 taraftarın genel yapılarını tanıttıcı sıklık ve % dağılımları frekans tabloları halinde bu alt bölümde gösterilmiştir.

Tablo 6.1. Demografik bilgilere ilişkin frekans dağılım tablosu

		n	%
Cinsiyet	Kadın	45	11,5
	Erkek	347	88,5
	Toplam	392	100,0
Yaş	18 Yas Altı	139	35,5
	18-25 Yas Arası	160	40,8
	26-35 Yas Arası	58	14,8
	36-45 Yas Arası	35	8,9
	Toplam	392	100,0
Medeni Durum	Bekâr	265	67,6
	Evli	127	32,4
	Toplam	392	100,0
Eğitim durumu	Okur - Yazar Değil	113	28,8
	İlköğretim	74	18,9
	Ortaöğretim	205	52,3
	Toplam	392	100,0
Anne Eğitim Durumu	Okur - Yazar Değil	168	42,9
	İlköğretim	171	43,6
	Ortaöğretim	19	4,8
	On Lisans	34	8,7
	Toplam	392	100,0
Baba eğitim Durumu	Okur - Yazar Değil	132	33,7
	İlköğretim	176	44,9
	Ortaöğretim	31	7,9
	On Lisans	53	13,5
	Toplam	392	100,0
Meslek	Kamu Sektörü Çalışanı	75	19,1
	Özel Sektör Çalışanı	151	38,5
	Serbest Meslek Sahibi	56	14,3
	Öğrenci	110	28,1
	Toplam	392	100,0
	Aylık Gelir Düzeyi	1000 TL ve Altı	57
1001 TL - 2000 TL		36	9,2
2001 TL - 3000 TL		112	28,6
3001 TL - 4000 TL		77	19,6
4001 TL ve Üzeri		110	28,1
Toplam		392	100,0

Tablo 6.1. Demografik bilgilere ilişkin frekans dağılım tablosu (devam)

Yaşanılan yer	Büyük Şehir	319	81,4
	Şehir	36	9,2
	İlçe	37	9,4
	Toplam	392	100,0

Tablo 6.1’de araştırmaya katılan taraftarlara ait demografik bilgiler yer almaktadır. Buna göre araştırmaya katılanların %11,5’i kadın, %88,5’i ise erkektir.

Araştırmaya katılan taraftarların %35,5’i 18 yaş altı, %40,8’i 18-25 yaş , %14,8’i 26-35 yaş ve %8,9’u 36-45 yaş aralığındadır. Diğer bir ifade ile tesadüfi örneklem ile seçilen taraftarlar, daha ziyade gençlerden oluşmaktadır.

Araştırmaya katılan taraftarların medeni durumlarına bakıldığında %67,6’sının bekâr, %32,4’ü ise evli olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan taraftarların %28,8’inin okur-yazar olmadığı, %18,9’unun ilköğretim mezunu olduğu, %52,3’ünün ise ortaöğretim mezunu olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılan taraftarların anne eğitim düzeylerine bakıldığında %42,9’unun annesinin okur-yazar olmadığı, %43,6’sının ilköğretim mezunu olduğu, %4,8’inin ortaöğretim mezunu olduğu ve %8,7’sinin ise ön lisans mezunu olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan taraftarların baba eğitim düzeylerine bakıldığında ise %33,7’sinin babasının okur-yazar olmadığı, %44,9’unun ilköğretim mezunu olduğu, %7,9’unun ortaöğretim mezunu olduğu ve son olarak %13,5’inin ise ön lisans mezunu olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan taraftarların mesleklerine bakıldığında %19,1’inin kamu sektörü çalışanı, %38,5’inin özel sektör çalışanı, %14,3’ünün serbest meslek çalışanı ve son olarak %28,1’inin öğrenci olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılan taraftarların gelir düzeylerine bakıldığında ise %14,5’inin 1000 TL ve altında, %9,2’sinin 1001 TL-2000 TL, %28,6’sının 2001 TL -3 000 TL arası gelire, %19,6’sının 3001 TL-4000 TL arası gelire ve son olarak %28,1’inin 4001 TL ve üzerinde gelire sahip olduğu anlaşılmıştır.

Araştırmaya katılan taraftarların %81,4'ü büyükşehirde, %9,2'si şehirde ve son olarak %9,4'ü ise ilçede yaşamaktadır.

Tablo 6.2. Araştırmaya Katılan taraftarların Spora ilişkin görüşlere ait frekans dağılım tablosu

		n	%
Lisanslı olarak spor yapıyor musunuz?	Evet	41	10,5
	Hayır	351	89,5
	Toplam	392	100,0
Takımınızın maçlarını nereden izlersiniz?	Ev	89	22,7
	Stadyum	255	65,1
	Mac Yayını Veren Diğer Yerler	48	12,2
	Toplam	392	100,0
Taraftarı olduğunuz takımın maçlarına ne sıklıkla gidersiniz?	Her Hafta Giderim	45	11,5
	İki Haftada 1 Giderim	47	12,0
	Ayda 1 Kez Giderim	62	15,8
	Sezonda 1 Kez Giderim	88	22,4
	Hiç Gitmem	150	38,3
	Toplam	392	100,0
Bir taraftar olarak kendinizi nasıl tanımlarsınız	Sadece Taraftar	141	36,0
	Fanatik Taraftar	251	64,0
	Toplam	392	100,0
Taraftarı olduğunuz kulüp (takım) ile ilgili üyelik durumunuz	Kulüp Resmi Üyeliği	57	14,5
	Tribün Grubu vb Taraftarlık Grubu Üyeliği	202	51,5
	Taraftarlık Grubu Sanal Ortam Üyeliği	72	18,4
	Taraftarlık Grubu Resmi Dernek Üyeliği	61	15,6
	Toplam	392	100,0
Takımınızın lisanslı ürünlerini satın alırmısınız	Evet, sürekli alırım	124	31,6
	Ara sıra alırım	233	59,4
	Hayır, Hiç Almam	35	8,9
	Toplam	392	100,0

Tablo 6.2'de araştırmaya katılan taraftarların, spora yönelik görüşleri ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Buna göre, araştırmaya katılan taraftarların %10,5'inin lisanslı olarak spor yaptığı, %89,5'inin lisanslı olarak spor yapmadığı görülmektedir.

Araştırmaya katılan taraftarların %22,7'si takımının maçlarını evde, %65,1'i stadyumda ve son olarak %12,2'si maç yayını veren diğer yerlerde izlediğini dile getirmiştir. Diğer bir ifade ile Samsunspor taraftarları, takımlarının maçlarını büyük oranda stadyum içerisinde izlemeyi tercih etmektedirler.

Araştırmaya katılan taraftarların %11,5'i her hafta taraftarı olduğu takımın maçlarına gittiğini, %12'si 2 haftada 1 kez gittiğini, %15,8'i ayda 1 kez gittiğini, %22,4'ü de sezonda 1 kez gittiğini belirtmiştir. Bunun yanı sıra araştırmaya katılan taraftarların %38,3'ü de takımlarının maçlarını izlemediklerini belirtmişlerdir. Diğer bir ifade ile araştırmaya katılanların %39,3'ü ay içerisinde en az bir kere maç izlemeye gitmektedirler.

Araştırmaya katılan taraftarların %36'sı kendisini sadece taraftar olarak tanımlarken, taraftarların %64'ü ise kendisini fanatik taraftar olarak tanımlamaktadır. Taraftarların kendilerini fanatik olarak tanımlamaları, genel anlamda takımlarının maçlarına yoğun bir şekilde izleyici olarak katılmayı gerektirmektedir. Ancak çalışmamızda bu oran düşük çıkmıştır (%39,3). Bu durum ise taraftarların, genel anlamda taraftar türleri hakkında bilgi sahibi olmadıkları şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan taraftarların %14,5'i kulübün resmi üyesi, %51,5'inin tribün grubu vb. taraftarlık grubu üyesi, %18,4'ü ise taraftarlık grubu sanal ortam üyesi, %15,6'sı ise taraftarlık grubu resmi dernek üyesi olduğu ortaya çıkmıştır. Diğer bir ifade ile araştırmaya katılan taraftarların yarıdan fazlası tribün grubunun bir üyesidir.

Araştırmaya katılan taraftarların %31,6'sı taraftarı olduğu takımın lisanslı ürünlerini sürekli olarak satın aldığını, %59,4'ü ara sıra satın aldığını, %8,9'u ise takımın lisanslı ürünlerini hiç almadığını ifade etmiştir. Özellikle son dönemlerde daha yaygın bir şekilde gördüğümüz takımın lisanslı ürünlerini satın alma durumu, Samsunspor taraftarları için de geçerlidir. Araştırmaya katılan taraftarların %91'i takımlarının lisanslı ürünlerini satın aldıklarını belirtmişlerdir.

6.2. Ölçeklere İlişkin Analiz Bulguları

Tablo 6.3. Ölçek Puanları ile taraftarların cinsiyetleri Arasındaki farklılığa ilişkin Mann Whitney U testi sonucu

		Cinsiyetiniz					Mann-Whitney U testi			
		n	Mean	Median	Minimum	Maximum	ss	Sıra Ort.	U	p
Özel bilgi	Kadın	45	16,53	18,00	5,00	25,00	6,36	109,4	3888	0,001
	Erkek	347	21,81	23,00	5,00	25,00	3,72	207,8		
	Toplam	392	21,21	23,00	5,00	25,00	4,43			

Tablo 6.3. Ölçek Puanları ile taraftarların cinsiyetleri Arasındaki farklılığa ilişkin Mann Whitney U testi sonucu (devam)

Genel bilgi	Kadın	45	10,51	10,00	5,00	15,00	2,97	141,8	5348	0,001
	Erkek	347	12,10	12,00	3,00	15,00	2,66	203,6		
	Toplam	392	11,92	12,00	3,00	15,00	2,74			
Spor tesisleri bilgi boyutu	Kadın	45	9,87	10,00	3,00	15,00	3,39	141,7	5340	0,001
	Erkek	347	11,69	12,00	3,00	15,00	2,83	203,6		
	Toplam	392	11,48	12,00	3,00	15,00	2,96			
Spora Özel Merak Toplam Ölçek Puanı	Kadın	45	36,91	40,00	15,00	55,00	11,02	113,9	4090,5	0,001
	Erkek	347	45,61	47,00	13,00	55,00	7,77	207,2		
	Toplam	392	44,61	46,00	13,00	55,00	8,65			
Spor Taraftarı Özdeşleşme Toplam Ölçek Puanı	Kadın	45	36,00	34,00	7,00	56,00	14,05	109,0	3869	0,001
	Erkek	347	47,88	50,00	8,00	56,00	8,77	207,9		
	Toplam	392	46,52	49,50	7,00	56,00	10,23			

Özel bilgi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan erkek taraftarların özel bilgi alt boyut puanı, araştırmaya katılan kadın taraftarlara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile erkeklerin spora yönelik özel bilgi düzeyleri, kadınlardan daha yüksektir.

Genel bilgi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan erkek taraftarların genel bilgi alt boyut puanı, araştırmaya katılan kadın taraftarlara göre anlamlı derecede yüksektir.

Spor tesis bilgisi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan erkek taraftarların spor tesis bilgisi alt boyut puanı, kadınlara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile araştırmaya katılan erkek taraftarların spor tesislerine yönelik bilgi düzeyleri, araştırmaya katılan kadın taraftarlardan daha yüksektir.

Spora özel merak ölçeği toplam puanı ile araştırmaya katılan taraftarların cinsiyetleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan erkek taraftarların, spora yönelik özel merak ölçeği toplam puanı, kadınlara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifadeyle, araştırmaya katılan

erkek taraftarların, tuttıkları takıma yönelik merak düzeyleri, kadın taraftarlara nazaran daha yüksektir.

Spor taraftarı özdeşleşme ölçeği puanı ile araştırmaya katılan taraftarların cinsiyetleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan erkek taraftarların, spor taraftarı özdeşleşme ölçeği toplam puanı, kadınlara göre anlamlı derecede yüksektir ($p<0,05$). Diğer bir ifadeyle araştırmaya katılan erkek taraftarlar, araştırmaya katılan kadın taraftarlara göre tuttıkları takımla kendilerini daha fazla oranda özdeşleştirmektedirler.

Tablo 6.4. Ölçek Puanları ile taraftarların cinsiyetleri Arasındaki farklılığa ilişkin Mann Whitney U testi sonucu

		Medeni durum					Mann-Whitney U testi				
		n	Mean	Median	Minimum	Maximum	ss	Sıra Ort.	U	p	
Özel bilgi	Bekâr	265	21,25	23,00	5,00	25,00	4,41	197,5	1658	0,795	
	Evli	127	21,12	22,00	5,00	25,00	4,49	194,4			
	Toplam	392	21,21	23,00	5,00	25,00	4,43				
Genel bilgi	Bekâr	265	12,03	12,00	5,00	15,00	2,66	200,6	15731	0,291	
	Evli	127	11,69	12,00	3,00	15,00	2,88	187,9			
	Toplam	392	11,92	12,00	3,00	15,00	2,74				
Spor tesisleri bilgi boyutu	Bekâr	265	11,40	12,00	3,00	15,00	2,96	192,9	1587	0,361	
	Evli	127	11,66	12,00	3,00	15,00	2,96	204,0			
	Toplam	392	11,48	12,00	3,00	15,00	2,96				
Spora Özel Merak Toplam Ölçek Puanı	Bekâr	265	44,68	46,00	13,00	55,00	8,39	195,9	1664	0,885	
	Evli	127	44,46	47,00	15,00	55,00	9,19	197,7			
	Toplam	392	44,61	46,00	13,00	55,00	8,65				
Spor Taraftarı Özdeşleşme Toplam Ölçek Puanı	Bekâr	265	47,30	51,00	7,00	56,00	9,71	205,8	1439	0,018	
	Evli	127	44,90	48,00	7,00	56,00	11,10	177,1			
	Toplam	392	46,52	49,50	7,00	56,00	10,23				

Spor taraftarı özdeşleşme ölçeği puanı ile araştırmaya katılan taraftarların cinsiyetleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan bekâr taraftarların, spor taraftarı özdeşleşme ölçeği toplam puanı, evli taraftarlara göre anlamlı derecede yüksektir ($p<0,05$). Diğer bir ifadeyle araştırmaya katılan bekâr taraftarlar, evli taraftarlara göre tuttıkları takımla kendilerini daha fazla oranda özdeşleştirmektedirler.

Diğer puanlar ile araştırmaya katılan taraftarların medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 6.5. Ölçek Puanları ile taraftarların Lisanslı olarak spor yapıp – yapmamaları Arasındaki farklılığa ilişkin Mann Whitney U testi sonucu

		Lisanslı olarak spor yapıyor musunuz?					Mann-Whitney U testi			
		n	Mean	Median	Minimum	Maximum	ss	Sıra Ort.	U	p
Özel bilgi	Evet	41	21,88	23,00	7,00	25,00	4,08	209,8	6650,5	0,421
	Hayır	351	21,13	23,00	5,00	25,00	4,47	194,9		
	Toplam	392	21,21	23,00	5,00	25,00	4,43			
Genel bilgi	Evet	41	12,73	13,00	5,00	15,00	2,36	229,3	5849,5	0,047
	Hayır	351	11,82	12,00	3,00	15,00	2,76	192,7		
	Toplam	392	11,92	12,00	3,00	15,00	2,74			
Spor tesisleri bilgi boyutu	Evet	41	11,49	12,00	5,00	15,00	2,54	190,2	6935,5	0,703
	Hayır	351	11,48	12,00	3,00	15,00	3,00	197,2		
	Toplam	392	11,48	12,00	3,00	15,00	2,96			
Spora Özel Merak Toplam Ölçek Puanı	Evet	41	46,10	48,00	20,00	55,00	7,59	214,3	6464,5	0,286
	Hayır	351	44,43	46,00	13,00	55,00	8,75	194,4		
	Toplam	392	44,61	46,00	13,00	55,00	8,65			
Spor Taraftarı Özdeşleşme Toplam Ölçek Puanı	Evet	41	46,83	50,00	8,00	56,00	10,56	199,1	7087,5	0,875
	Hayır	351	46,48	49,00	7,00	56,00	10,20	196,2		
	Toplam	392	46,52	49,50	7,00	56,00	10,23			

Genel bilgi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların lisanslı olarak spor yapıp – yapmamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Araştırmaya katılan lisanslı olarak spor yapan taraftarların genel bilgi alt boyut puanı, lisanslı olarak spor yapmayanlara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile lisanslı olarak spor yapan taraftarların spora yönelik genel bilgi düzeyleri, lisanslı olarak spor yapmayan taraftarlara göre daha yüksektir.

Diğer puanlar ile araştırmaya katılan taraftarların lisanslı olarak spor yapıp – yapmama durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p > 0,05$).

Tablo 6.6. Ölçek Puanları ile taraftarların kendilerini tanımlamaları Arasındaki farklılığa ilişkin Mann Whitney U testi sonucu

		Bir taraftar olarak kendinizi nasıl tanımlarsınız?					Mann-Whitney U testi			
		n	Mean	Median	Minimum	Maximum	ss	Sıra Ort.	U	p
Özel bilgi	Sadece Taraftar	141	18,68	20,00	5,00	25,00	5,22	135,2	9050,5	0,001
	Fanatik Taraftar	251	22,63	23,00	5,00	25,00	3,15	230,9		
	Toplam	392	21,21	23,00	5,00	25,00	4,43			
Genel bilgi	Sadece Taraftar	141	10,75	11,00	3,00	15,00	2,89	149,7	11098,5	0,001
	Fanatik Taraftar	251	12,57	13,00	4,00	15,00	2,42	222,8		
	Toplam	392	11,92	12,00	3,00	15,00	2,74			
Spor tesisleri bilgi boyutu	Sadece Taraftar	141	10,51	11,00	3,00	15,00	3,05	158,7	12371	0,001
	Fanatik Taraftar	251	12,03	13,00	3,00	15,00	2,76	217,7		
	Toplam	392	11,48	12,00	3,00	15,00	2,96			
Spora Özel Merak Toplam Ölçek Puanı	Sadece Taraftar	141	39,94	42,00	15,00	55,00	9,41	136,6	9244	0,001
	Fanatik Taraftar	251	47,23	49,00	13,00	55,00	6,94	230,2		
	Toplam	392	44,61	46,00	13,00	55,00	8,65			
Spor Taraftarı Özdeşleşme Toplam Ölçek Puanı	Sadece Taraftar	141	38,34	41,00	7,00	56,00	11,17	103,1	5424,5	0,001
	Fanatik Taraftar	251	51,12	53,00	8,00	56,00	5,91	249,0		
	Toplam	392	46,52	49,50	7,00	56,00	10,23			

Özel bilgi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların kendilerini taraftar olarak nasıl tanımladıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Araştırmaya katılan ve kendilerini fanatik olarak tanımlayan taraftarların özel bilgi alt boyut puanı, kendilerini sadece taraftar olarak tanımlayan taraftarlara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile fanatik taraftarların spora yönelik özel bilgi düzeyleri, kendilerini sadece taraftar olarak tanımlayan taraftarlara göre daha yüksektir.

Genel bilgi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların kendilerini taraftar olarak nasıl tanımladıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Araştırmaya katılan ve kendilerini fanatik olarak tanımlayan taraftarların genel bilgi alt boyut puanı, kendilerini sadece taraftar olarak tanımlayan taraftarlara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile fanatik taraftarların

spora yönelik genel bilgi düzeyleri, kendilerini sadece taraftar olarak tanımlayan taraftarlara göre daha yüksektir.

Spor tesisleri bilgisi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların kendilerini taraftar olarak nasıl tanımladıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan ve kendilerini fanatik olarak tanımlayan taraftarların spor tesisleri bilgisi alt boyut puanı, kendilerini sadece taraftar olarak tanımlayan taraftarlara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile fanatik taraftarların spor tesislerine yönelik bilgi düzeyleri, kendilerini sadece taraftar olarak tanımlayan taraftarlara göre daha yüksektir.

Spora özel merak ölçeği toplam puanı ile araştırmaya katılan taraftarların kendilerini taraftar olarak nasıl tanımladıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan ve kendilerini fanatik olarak tanımlayan taraftarların spora özel merak ölçeği toplam puanları, kendilerini sadece taraftar olarak tanımlayan taraftarlara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile fanatik taraftarların spora yönelik özel merak düzeyleri, kendilerini sadece taraftar olarak tanımlayan taraftarlara göre daha yüksektir.

Spor taraftarı özdeşleşme ölçeği toplam puanı ile araştırmaya katılan taraftarların kendilerini taraftar olarak nasıl tanımladıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan ve kendilerini fanatik olarak tanımlayan taraftarların spor taraftarı özdeşleşme ölçeği toplam puanı, kendilerini sadece taraftar olarak tanımlayan taraftarlara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile fanatik taraftarların taraftarı oldukları takımla kendilerini özdeşleştirme düzeyleri, kendilerini sadece taraftar olarak tanımlayan taraftarlara göre daha yüksektir.

Tablo 6.7. Ölçek Puanları ile taraftarların yaşları Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu

		Yaş					Kruskal-Wallis H testi				
		n	Mean	Median	Minimum	Maximum	ss	Sıra Ort.	KWH	p	İkili Karşılaştırma
Özel bilgi	18 Yas Altı	139	21,93	23,00	7,00	25,00	3,75	212,6	9,97	0,019	1-3
	18-25 Yas Arası	160	21,01	23,00	5,00	25,00	4,82	196,3			1-4
	26-35 Yas Arası	58	20,88	22,50	5,00	25,00	4,72	188,1			2-3
	36-45 Yas Arası	35	19,80	20,00	7,00	25,00	4,33	147,4			2-4
	Toplam	392	21,21	23,00	5,00	25,00	4,43				
Genel bilgi	18 Yas Altı	139	12,48	13,00	5,00	15,00	2,50	219,3	9,6	0,022	1-2
	18-25 Yas Arası	160	11,63	12,00	3,00	15,00	2,93	187,0			1-3
	26-35 Yas Arası	58	11,57	12,00	4,00	15,00	2,91	184,2			1-4
	36-45 Yas Arası	35	11,57	11,00	8,00	15,00	2,08	169,8			
	Toplam	392	11,92	12,00	3,00	15,00	2,74				
Spor tesisleri bilgi boyutu	18 Yas Altı	139	11,84	12,00	3,00	15,00	2,70	208,2	4,05	0,256	-
	18-25 Yas Arası	160	11,28	12,00	3,00	15,00	3,23	192,4			
	26-35 Yas Arası	58	11,53	12,00	3,00	15,00	2,88	197,3			
	36-45 Yas Arası	35	10,91	11,00	5,00	15,00	2,66	167,5			
	Toplam	392	11,48	12,00	3,00	15,00	2,96				
Spora Özel Merak Toplam Ölçek Puanı	18 Yas Altı	139	46,25	47,00	20,00	55,00	7,28	214,6	9,24	0,026	1-2
	18-25 Yas Arası	160	43,91	46,50	13,00	55,00	9,70	193,3			1-3
	26-35 Yas Arası	58	43,98	46,00	15,00	55,00	8,86	188,5			1-4
	36-45 Yas Arası	35	42,29	43,00	24,00	55,00	7,32	152,6			
	Toplam	392	44,61	46,00	13,00	55,00	8,65				
Spor Taraftarı Özdeşleşme Toplam Ölçek Puanı	18 Yas Altı	139	49,51	52,00	14,00	56,00	7,63	227,7	28,76	0,001	1-3
	18-25 Yas Arası	160	46,56	49,00	7,00	56,00	9,88	195,9			1-4
	26-35 Yas Arası	58	43,76	47,50	7,00	56,00	12,33	166,4			2-3
	36-45 Yas Arası	35	39,06	38,00	12,00	56,00	12,22	124,9			2-4
	Toplam	392	46,52	49,50	7,00	56,00	10,23				

Özel bilgi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Araştırmaya katılan 18 yaş altındaki taraftarların özel bilgi alt boyut puanı, diğer yaş gruplarındaki taraftarlara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade 18 yaş altındaki taraftarların spora yönelik özel bilgi düzeyleri, diğer yaşlardaki taraftarlara göre daha

yüksektir. Bunun yanı sıra özel bilgi alt boyut puanlarının 18 yaş altı ve 18-25 yaş grubunda, diğer yaş gruplarına göre anlamlı derecede yüksek olduğu da görülmektedir ($p<0,05$).

Genel bilgi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan 18 yaş altındaki taraftarların genel bilgi alt boyut puanı, diğer yaş gruplarındaki taraftarlara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade 18 yaş altındaki taraftarların spora yönelik genel bilgi düzeyleri, diğer yaşlardaki taraftarlara göre daha yüksektir.

Spora özel merak ölçeği puanı ile araştırmaya katılanların yaşları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Burada, 18 yaş altı taraftarların tuttıkları takıma yönelik merak düzeyleri diğer yaş gruplarından anlamlı derecede daha yüksektir ($p<0,05$). Diğer bir ifadeyle, 18 yaş altında olanların tuttıkları takıma yönelik merak düzeyleri daha yüksektir.

Spor taraftarı özdeşleşme ölçeği toplam puanı ile araştırmaya katılanların yaşları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Araştırmaya katılan 18 yaş altı taraftarların tuttıkları takıma yönelik özdeşleşme düzeyleri, diğer yaş gruplarından anlamlı derecede daha yüksektir ($p<0,05$). Diğer bir ifadeyle, 18 yaş altında olan taraftarların, tuttıkları takımla özdeşleşme düzeyleri, diğer yaş gruplarına nazaran daha yüksektir.

Tablo 6.8. Ölçek Puanları ile taraftarların eğitim düzeyleri Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu

		Eğitim Düzeyi					Kruskal-Wallis H testi			
		n	Mean	Median	Minimum	Maximum	ss	Sıra Ort.	KWH	p
Özel bilgi	Okur - Yazar Değil	113	21,17	22,00	5,00	25,00	3,72	182,8	2,4	0,292
	İlköğretim	74	21,38	23,00	5,00	25,00	4,33	199,1		
	Ortaöğretim	205	21,17	23,00	5,00	25,00	4,83	203,1		
	Toplam	392	21,21	23,00	5,00	25,00	4,43			
Genel bilgi	Okur - Yazar Değil	113	12,02	12,00	4,00	15,00	2,66	199,5	4,8	0,087
	İlköğretim	74	12,45	13,00	5,00	15,00	2,62	219,7		
	Ortaöğretim	205	11,67	12,00	3,00	15,00	2,80	186,5		
	Toplam	392	11,92	12,00	3,00	15,00	2,74			

Tablo 6.8. Ölçek Puanları ile taraftarların eğitim düzeyleri Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu (devam)

Spor tesisleri bilgi boyutu	Okur - Yazar Değil	113	11,68	12,00	3,00	15,00	2,93	204,5	2,75	0,252
	İlköğretim	74	11,88	12,00	4,00	15,00	2,67	208,9		
	Ortaöğretim	205	11,23	12,00	3,00	15,00	3,06	187,6		
	Toplam	392	11,48	12,00	3,00	15,00	2,96			
Spora Özel Merak Toplam Ölçek Puanı	Okur - Yazar Değil	113	44,87	45,00	13,00	55,00	8,05	196,1	1,56	0,458
	İlköğretim	74	45,70	48,00	15,00	55,00	8,06	210,7		
	Ortaöğretim	205	44,07	46,00	16,00	55,00	9,15	191,6		
	Toplam	392	44,61	46,00	13,00	55,00	8,65			
Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği Toplam Puanı	Okur - Yazar Değil	113	46,14	49,00	12,00	56,00	10,16	190,3	0,479	0,787
	İlköğretim	74	46,15	49,50	7,00	56,00	11,22	198,7		
	Ortaöğretim	205	46,86	50,00	7,00	56,00	9,93	199,1		
	Toplam	392	46,52	49,50	7,00	56,00	10,23			

Diğer puanlar ile araştırmaya katılan taraftarların eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 6.9. Ölçek Puanları ile taraftarların Anne Eğitim düzeyleri Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu

		Anne Eğitim Düzeyi						Kruskal-Wallis H testi			
		n	Mean	Median	Minimum	Maximum	ss	Sıra Ort.	KWH	p	İkili Karşılaştırma
Özel bilgi	Okur - Yazar Değil	168	20,76	22,00	5,00	25,00	4,67	183,0	7,12	0,068	-
	İlköğretim	171	21,42	23,00	7,00	25,00	4,14	200,8			
	Ortaöğretim	19	23,16	24,00	20,00	25,00	2,06	244,3			
	On Lisans	34	21,26	23,50	5,00	25,00	5,31	215,2			
	Toplam	392	21,21	23,00	5,00	25,00	4,43				
Genel bilgi	Okur - Yazar Değil	168	11,36	12,00	3,00	15,00	2,71	171,8	16,6	0,001	3-1 3-2 4-1 4-2
	İlköğretim	171	12,18	13,00	3,00	15,00	2,76	208,9			
	Ortaöğretim	19	13,16	13,00	11,00	15,00	1,57	242,1			
	On Lisans	34	12,62	13,00	6,00	15,00	2,76	230,7			
	Toplam	392	11,92	12,00	3,00	15,00	2,74				
Spor tesisleri bilgi boyutu	Okur - Yazar Değil	168	11,27	12,00	3,00	15,00	2,95	187,1	3,6	0,299	-
	İlköğretim	171	11,51	12,00	3,00	15,00	2,99	198,4			
	Ortaöğretim	19	11,84	13,00	6,00	15,00	3,04	213,4			
	On Lisans	34	12,21	12,00	5,00	15,00	2,74	223,9			
	Toplam	392	11,48	12,00	3,00	15,00	2,96				

Tablo 6.9. Ölçek Puanları ile taraftarların Anne Eğitim düzeyleri Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu (devam)

Spora Özel Merak Ölçek Puanı	Okur - Yazar Değil	168	43,39	45,00	13,00	55,00	8,78	177,9	10,5	0,015	3-1
	İlköğretim	171	45,12	47,00	17,00	55,00	8,48	204,0			3-2
	Ortaöğretim	19	48,16	49,00	38,00	55,00	5,64	240,4			4-1
	Ön Lisans	34	46,09	48,50	16,00	55,00	9,45	226,4			4-2
	Toplam	392	44,61	46,00	13,00	55,00	8,65				
Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği Toplam Puanı	Okur - Yazar Değil	168	45,18	49,00	7,00	56,00	11,50	185,4	4,33	0,228	-
	İlköğretim	171	47,63	50,00	14,00	56,00	8,83	205,7			
	Ortaöğretim	19	50,63	50,00	45,00	56,00	3,85	227,2			
	Ön Lisans	34	45,29	49,50	7,00	56,00	11,60	188,1			
	Toplam	392	46,52	49,50	7,00	56,00	10,23				

Genel bilgi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların anne eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Araştırmaya katılan taraftarların, anne eğitim düzeyleri ortaöğretim ve ön lisans olanlarda, genel bilgi alt boyut puanı, diğer anne eğitim düzeyi gruplarına göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile anne eğitim düzeyleri ortaöğretim ve ön lisans olan taraftarların spora yönelik genel bilgi düzeyleri, diğer gruplara göre daha yüksektir.

Spora özel merak ölçeği toplam puanı ile araştırmaya katılan taraftarların anne eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Araştırmaya katılan taraftarların, anne eğitim düzeyleri ortaöğretim ve ön lisans olanlarda, spora özel merak ölçeği toplam puanı, diğer anne eğitim düzeyi gruplarına göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile anne eğitim düzeyleri ortaöğretim ve ön lisans olan taraftarların spora özel merak düzeyleri, diğer gruplara göre daha yüksektir.

Diğer puanlar ile araştırmaya katılan taraftarların anne eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p > 0,05$).

Tablo 6.10. Ölçek Puanları ile taraftarların Baba Eğitim düzeyleri Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu

		Baba eğitim Düzeyi					Kruskal-Wallis H testi			
		n	Mean	Median	Minimum	Maximum	ss	Sıra Ort.	KWH	p
Özel bilgi	Okur - Yazar Değil	132	21,18	22,50	5,00	25,00	4,29	191,1	5,7	0,124
	İlköğretim	176	21,06	22,00	5,00	25,00	4,21	188,4		
	Ortaöğretim	31	21,90	24,00	7,00	25,00	4,71	227,7		
	On Lisans	53	21,34	24,00	5,00	25,00	5,34	218,7		
	Toplam	392	21,21	23,00	5,00	25,00	4,43			
Genel bilgi	Okur - Yazar Değil	132	11,52	12,00	4,00	15,00	2,84	180,9	5,2	0,153
	İlköğretim	176	12,02	12,00	3,00	15,00	2,61	199,0		
	Ortaöğretim	31	12,39	13,00	3,00	15,00	2,89	220,9		
	On Lisans	53	12,28	13,00	6,00	15,00	2,73	212,9		
	Toplam	392	11,92	12,00	3,00	15,00	2,74			
Spor tesisleri bilgi boyutu	Okur - Yazar Değil	132	11,52	12,00	3,00	15,00	2,93	197,5	5,71	0,127
	İlköğretim	176	11,30	12,00	3,00	15,00	2,88	187,2		
	Ortaöğretim	31	12,48	13,00	6,00	15,00	2,73	239,0		
	On Lisans	53	11,43	12,00	3,00	15,00	3,35	200,1		
	Toplam	392	11,48	12,00	3,00	15,00	2,96			
Spora Özel Merak Toplam Ölçek Puanı	Okur - Yazar Değil	132	44,23	46,00	13,00	55,00	8,58	190,0	6,2	0,088
	İlköğretim	176	44,38	45,00	16,00	55,00	8,17	189,2		
	Ortaöğretim	31	46,77	50,00	21,00	55,00	9,38	239,0		
	On Lisans	53	45,06	47,00	16,00	55,00	9,90	212,1		
	Toplam	392	44,61	46,00	13,00	55,00	8,65			
Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği Toplam Puanı	Okur - Yazar Değil	132	46,14	49,00	7,00	56,00	10,84	194,6	3,78	0,286
	İlköğretim	176	46,11	49,00	8,00	56,00	10,10	188,9		
	Ortaöğretim	31	49,48	51,00	19,00	56,00	7,75	227,5		
	On Lisans	53	47,09	51,00	7,00	56,00	10,32	208,5		
	Toplam	392	46,52	49,50	7,00	56,00	10,23			

Ölçek puanları ile araştırmaya katılan taraftarların baba eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 6.11. Ölçek Puanları ile taraftarların meslekleri Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu

		Meslek						Kruskal-Wallis H testi				
		n	Mean	Median	Minimum	Maximum	ss	Sıra Ort.	KWH	p	İkili Karşılaştırma	
Özel bilgi	Kamu Sektörü Çalışanı	75	20,79	23,00	5,00	25,00	5,05	192,6	4,89	0,179	-	
	Özel Sektör Çalışanı	151	20,72	22,00	5,00	25,00	4,71	183,7				
	Serbest Meslek Sahibi	56	21,57	23,00	9,00	25,00	3,92	201,7				
	Öğrenci	110	21,97	23,00	7,00	25,00	3,72	214,1				
	Toplam	392	21,21	23,00	5,00	25,00	4,43					
Genel bilgi	Kamu Sektörü Çalışanı	75	11,77	12,00	5,00	15,00	2,71	189,2	13,2	0,004	3-1 3-2 4-1 4-2	
	Özel Sektör Çalışanı	151	11,35	12,00	3,00	15,00	2,94	175,0				
	Serbest Meslek Sahibi	56	12,36	13,00	7,00	15,00	2,28	210,6				
	Öğrenci	110	12,56	13,00	5,00	15,00	2,53	223,8				
	Toplam	392	11,92	12,00	3,00	15,00	2,74					
Spor tesisleri bilgi boyutu	Kamu Sektörü Çalışanı	75	11,96	13,00	4,00	15,00	2,93	216,7	4,7	0,191	-	
	Özel Sektör Çalışanı	151	11,11	12,00	3,00	15,00	3,14	183,7				
	Serbest Meslek Sahibi	56	11,75	12,50	3,00	15,00	2,82	205,7				
	Öğrenci	110	11,55	12,00	3,00	15,00	2,75	195,6				
	Toplam	392	11,48	12,00	3,00	15,00	2,96					
Spora Özel Merak Toplam Ölçek Puanı	Kamu Sektörü Çalışanı	75	44,52	47,00	16,00	55,00	9,61	202,5	5,9	0,113	-	
	Özel Sektör Çalışanı	151	43,18	45,00	13,00	55,00	9,38	179,3				
	Serbest Meslek Sahibi	56	45,68	47,00	24,00	55,00	7,18	205,2				
	Öğrenci	110	46,08	47,00	20,00	55,00	7,26	211,6				
	Toplam	392	44,61	46,00	13,00	55,00	8,65					
Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği Toplam Puanı	Kamu Sektörü Çalışanı	75	43,64	47,00	7,00	56,00	11,47	166,2	19,9	0,0001	4-1 4-2 4-3	
	Özel Sektör Çalışanı	151	45,94	49,00	7,00	56,00	10,50	187,5				
	Serbest Meslek Sahibi	56	45,48	48,00	12,00	56,00	10,54	185,2				
	Öğrenci	110	49,81	53,00	14,00	56,00	7,77	235,3				
	Toplam	392	46,52	49,50	7,00	56,00	10,23					

Genel bilgi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların meslekleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Araştırmaya katılan taraftarların, serbest meslek sahibi ve öğrenci olanları, genel bilgi alt boyut puanı, diğer meslek gruplarına göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile

serbest meslek sahibi ve öğrenci olan taraftarların spora yönelik genel bilgi düzeyleri, diğer gruplara göre daha yüksektir.

Spor taraftarı özdeşleşme ölçeği toplam puanı ile araştırmaya katılan taraftarların meslekleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan ve öğrenci durumunda olan taraftarların tuttukları takımla özdeşleşme düzeyleri, diğer meslek gruplarına göre anlamlı derecede daha yüksektir. Diğer bir ifade ile araştırmaya katılan ve öğrenci olan taraftarların, tuttukları takımla özdeşleşme düzeyleri, diğer meslek gruplarına nazaran daha yüksektir.

Diğer puanlar ile araştırmaya katılan taraftarların meslekleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 6.12. Ölçek Puanları ile taraftarların aylık gelir düzeyleri Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu

		Aylık gelir						Kruskal-Wallis H testi			
		n	Mean	Median	Minimum	Maximum	ss	Sıra Ort.	KWH	p	İkili Karşılaştırma
Özel bilgi	1000 TL ve Altı	57	21,93	23,00	7,00	25,00	4,23	221,6	6,98	0,137	-
	1001 TL - 2000 TL	36	21,19	22,00	8,00	25,00	4,23	194,5			
	2001 TL - 3000 TL	112	20,93	22,00	5,00	25,00	4,10	179,3			
	3001 TL - 4000 TL	77	20,81	23,00	7,00	25,00	4,64	188,3			
	4001 TL ve Üzeri	110	21,40	23,00	5,00	25,00	4,79	207,4			
	Toplam	392	21,21	23,00	5,00	25,00	4,43				
Genel bilgi	1000 TL ve Altı	57	12,77	13,00	8,00	15,00	2,45	232,6	8,48	0,075	-
	1001 TL - 2000 TL	36	11,81	12,00	5,00	15,00	2,57	188,9			
	2001 TL - 3000 TL	112	11,84	12,00	5,00	15,00	2,55	190,5			
	3001 TL - 4000 TL	77	11,35	11,00	3,00	15,00	3,19	178,5			
	4001 TL ve Üzeri	110	11,98	12,00	4,00	15,00	2,71	199,0			
	Toplam	392	11,92	12,00	3,00	15,00	2,74				
Spor tesisleri bilgi boyutu	1000 TL ve Altı	57	11,88	12,00	5,00	15,00	2,59	207,2	3,89	0,421	-
	1001 TL - 2000 TL	36	10,89	11,00	5,00	15,00	2,69	167,7			
	2001 TL - 3000 TL	112	11,45	12,00	3,00	15,00	3,06	196,5			
	3001 TL - 4000 TL	77	11,27	11,00	3,00	15,00	3,08	189,3			
	4001 TL ve Üzeri	110	11,66	12,50	3,00	15,00	3,02	205,4			
	Toplam	392	11,48	12,00	3,00	15,00	2,96				

Tablo 6.12. Ölçek Puanları ile taraftarların aylık gelir düzeyleri Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu (devam)

		Aylık gelir						Kruskal-Wallis H testi			
		n	Mean	Median	Minimum	Maximum	ss	Sıra Ort.	KWH	p	İkili Karşılaştırma
Spora Özel Merak Toplam Ölçek Puanı	1000 TL ve Altı	57	46,58	48,00	20,00	55,00	8,08	225,1	7,65	0,105	-
	1001 TL - 2000 TL	36	43,89	44,00	21,00	55,00	6,96	174,2			
	2001 TL - 3000 TL	112	44,21	45,00	13,00	55,00	8,04	186,0			
	3001 TL - 4000 TL	77	43,43	47,00	16,00	55,00	9,64	185,9			
	4001 TL ve Üzeri	110	45,05	48,00	15,00	55,00	9,21	207,1			
	Toplam	392	44,61	46,00	13,00	55,00	8,65				
Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği Toplam Puanı	1000 TL ve Altı	57	49,81	53,00	26,00	56,00	6,83	231,9	12,2	0,016	1-2 1-3 1-4 1-5
	1001 TL - 2000 TL	36	47,50	51,00	14,00	56,00	10,19	214,6			
	2001 TL - 3000 TL	112	46,04	49,00	14,00	56,00	9,85	187,5			
	3001 TL - 4000 TL	77	44,78	48,00	16,00	56,00	9,96	168,2			
	4001 TL ve Üzeri	110	46,20	50,50	7,00	56,00	11,90	201,3			
	Toplam	392	46,52	49,50	7,00	56,00	10,23				

Spor taraftarı özdeşleşme ölçeği toplam puanı ile araştırmaya katılan taraftarların aylık gelir düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Araştırmaya katılan ve 1000 TL ve altında gelire sahip olan taraftarların tuttıkları takımla özdeşleşme düzeyleri ile diğer gelir düzeyine sahip olan taraftarlara göre anlamlı derecede daha yüksektir. Diğer bir ifade ile araştırmaya katılan ve 1000 TL ve altında gelire sahip olan taraftarların, tuttıkları takımla özdeşleşme düzeyleri, diğer gelir düzeyindeki gruplara nazaran daha yüksektir.

Diğer puanlar ile araştırmaya katılan taraftarların gelir düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p > 0,05$).

Tablo 6.13. Ölçek Puanları ile taraftarların yaşadıkları yer Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu

		Yaşanan yer					Kruskal-Wallis H testi			
		n	Mean	Median	Minimum	Maximum	ss	Sıra Ort.	KWH	p
Özel bilgi	Büyük Şehir	319	21,15	23,00	5,00	25,00	4,47	195,1	1,2	0,548
	Şehir	36	21,03	23,00	10,00	25,00	4,40	189,9		
	İlçe	37	21,84	23,00	5,00	25,00	4,25	215,1		
	Toplam	392	21,21	23,00	5,00	25,00	4,43			
Genel bilgi	Büyük Şehir	319	11,84	12,00	3,00	15,00	2,72	193,1	3,73	0,155
	Şehir	36	11,67	12,00	3,00	15,00	3,25	192,2		
	İlçe	37	12,78	13,00	5,00	15,00	2,17	230,3		
	Toplam	392	11,92	12,00	3,00	15,00	2,74			
Spor tesisleri bilgi boyutu	Büyük Şehir	319	11,44	12,00	3,00	15,00	3,02	195,7	1,9	0,372
	Şehir	36	11,25	12,00	6,00	15,00	2,69	181,9		
	İlçe	37	12,08	13,00	5,00	15,00	2,64	218,0		
	Toplam	392	11,48	12,00	3,00	15,00	2,96			
Spora Özel Merak Toplam Ölçek Puanı	Büyük Şehir	319	44,44	46,00	13,00	55,00	8,73	194,2	3,13	0,208
	Şehir	36	43,94	44,50	23,00	55,00	8,63	185,4		
	İlçe	37	46,70	49,00	15,00	55,00	7,85	226,9		
	Toplam	392	44,61	46,00	13,00	55,00	8,65			
Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği Toplam Puanı	Büyük Şehir	319	46,88	50,00	7,00	56,00	9,74	199,7	1,37	0,503
	Şehir	36	44,75	49,50	14,00	56,00	11,99	182,8		
	İlçe	37	45,11	49,00	7,00	56,00	12,31	182,3		
	Toplam	392	46,52	49,50	7,00	56,00	10,23			

Ölçek puanları ile araştırmaya katılan taraftarların yaşadıkları yer arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 6.14. Ölçek Puanları ile taraftarların takımlarının maçlarını izlediği yer Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu

		Takımın maçlarını nereden izlersiniz?					Kruskal-Wallis H testi				
		n	Mean	Median	Minimum	Maximum	ss	Sıra Ort.	KWH	p	İkili Karşılaştırma
Özel bilgi	Ev	89	18,64	20,00	5,00	25,00	6,01	150,5	21,7	0,001	1-2
	Stadyum	255	21,86	23,00	5,00	25,00	3,54	205,8			
	Mac Yayını Veren Diğer Yerler	48	22,50	24,00	9,00	25,00	3,44	232,3			
	Toplam	392	21,21	23,00	5,00	25,00	4,43				
Genel bilgi	Ev	89	11,48	12,00	3,00	15,00	2,91	180,3	3,45	0,178	-
	Stadyum	255	11,99	12,00	3,00	15,00	2,66	198,4			
	Mac Yayını Veren Diğer Yerler	48	12,31	13,00	6,00	15,00	2,78	216,3			
	Toplam	392	11,92	12,00	3,00	15,00	2,74				

Tablo 6.14. Ölçek Puanları ile taraftarların takımlarının maçlarını izlediği yer Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu (devam)

		Takımızın maçlarını nereden izlersiniz?						Kruskal-Wallis H testi			
		n	Mean	Median	Minimum	Maximum	ss	Sıra Ort.	KWH	p	İkili Karşılaştırma
Spor tesisleri bilgi boyutu	Ev	89	10,92	12,00	3,00	15,00	3,47	182,0	4,48	0,106	-
	Stadyum	255	11,54	12,00	3,00	15,00	2,79	196,2			
	Mac										
	Yayını										
	Veren	48	12,25	13,00	6,00	15,00	2,59	224,7			
Spora Özel Merak Ölçek Puanı	Diğer Yerler								13,88	0,001	1-2
	Toplam	392	11,48	12,00	3,00	15,00	2,96				
	Ev	89	41,04	44,00	15,00	55,00	10,88	161,7			
	Stadyum	255	45,39	47,00	13,00	55,00	7,55	201,8			
	Mac										
Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği Toplam Puanı	Yayını								43,43	0,001	1-2
	Veren	48	47,06	49,50	24,00	55,00	7,64	232,7			
	Diğer Yerler										
	Toplam	392	44,61	46,00	13,00	55,00	8,65				
	Ev	89	39,35	43,00	7,00	56,00	13,12	131,3			
Spora Özel Merak Ölçek Puanı	Stadyum	255	48,22	51,00	8,00	56,00	8,35	209,3	43,43	0,001	1-3
	Mac										
	Yayını										
	Veren	48	50,77	53,00	29,00	56,00	6,33	249,4			
	Diğer Yerler										
Toplam	392	46,52	49,50	7,00	56,00	10,23					

Özel bilgi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların maçları izledikleri yer arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Araştırmaya katılan ve takımlarının maçlarını evlerinde izleyen taraftarların spora yönelik özel bilgi alt boyut puanı, diğer gruplara göre anlamlı derecede düşüktür. Diğer bir ifade ile maçları evlerinde izleyen taraftar gruplarının spora yönelik özel bilgi düzeyleri, maçları stadyumda ve diğer maç yerini veren yerlerde izleyen taraftarlara göre daha düşüktür.

Spora özel merak ölçeği puanı ile araştırmaya katılan taraftarların maçları izledikleri yer arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Buna göre maçları evlerde izleyen taraftarların spora yönelik özel merak düzeyleri, diğer gruplara göre anlamlı derecede düşüktür. Diğer bir ifade ile maçları evlerinde izleyen taraftar gruplarının spora yönelik özel merak düzeyleri, maçları stadyumda ve diğer maç yerini veren yerlerde izleyen taraftarlara göre daha düşüktür.

Spor taraftarı özdeşleşme ölçeği toplam puanı ile araştırmaya katılan taraftarların maçları izledikleri yer arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre maçları evlerde izleyen taraftarların spora yönelik özel merak düzeyleri, diğer gruplara göre anlamlı derecede düşüktür. Buna göre maçları evlerinde izleyen taraftar gruplarının spor taraftarı özdeşleşme ölçeği toplam puanı, maçları stadyumda ve diğer maç yerini veren yerlerde izleyen taraftarlara göre daha düşüktür. Diğer bir ifade ile maçları evlerinde izleyen taraftar gruplarının takımlarıyla özdeşleşme düzeyleri, maçları stadyumda ve diğer maç yerini veren yerlerde izleyen taraftarlara göre daha düşüktür.

Tablo 6.15. Ölçek Puanları ile taraftarların takımlarının maçlarını izlemeye gitme sıklıkları Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu

		Taraftarı olduğunuz takımın maçlarına ne sıklıkla gidersiniz?						Kruskal-Wallis H testi			
		n	Mean	Median	Minimum	Maximum	ss	Sıra Ort.	KWH	p	İkili Karşılaştırma
Özel bilgi	Hiç Gitmem	45	15,98	15,00	5,00	25,00	6,30	99,6	64,3	0,001	1-3
	Sezonda 1 Kez Giderim	47	19,96	20,00	7,00	25,00	4,47	156,7			1-4
	Ayda 1 Kez Giderim	62	20,81	21,00	10,00	25,00	3,83	175,7			1-5
	İki Haftada 1 Giderim	88	22,11	22,50	7,00	25,00	3,24	210,6			2-3
	Her Hafta Giderim	150	22,80	24,00	5,00	25,00	3,12	238,4			2-4
	Toplam	392	21,21	23,00	5,00	25,00	4,43				2-5
Genel bilgi	Hiç Gitmem	45	10,13	10,00	3,00	15,00	3,23	132,9	33,13	0,001	1-3
	Sezonda 1 Kez Giderim	47	11,13	12,00	3,00	15,00	2,59	159,9			1-4
	Ayda 1 Kez Giderim	62	11,77	12,00	6,00	15,00	2,70	189,2			1-5
	İki Haftada 1 Giderim	88	12,00	12,00	4,00	15,00	2,56	197,0			2-3
	Her Hafta Giderim	150	12,71	13,00	5,00	15,00	2,43	229,8			2-4
	Toplam	392	11,92	12,00	3,00	15,00	2,74				2-5
Spor tesisleri bilgi boyutu	Hiç Gitmem	45	9,78	10,00	3,00	15,00	3,44	139,2	23,2	0,001	1-3
	Sezonda 1 Kez Giderim	47	10,68	11,00	4,00	15,00	3,19	167,7			1-4
	Ayda 1 Kez Giderim	62	11,27	12,00	3,00	15,00	2,90	186,7			1-5
	İki Haftada 1 Giderim	88	11,77	12,00	3,00	15,00	2,77	205,6			2-3
	Her Hafta Giderim	150	12,17	13,00	3,00	15,00	2,59	221,4			2-4
	Toplam	392	11,48	12,00	3,00	15,00	2,96				2-5
Spora Özel Merak Ölçek Puanı	Hiç Gitmem	45	35,89	35,00	15,00	55,00	11,23	105,9	58,01	0,001	1-3
	Sezonda 1 Kez Giderim	47	41,77	43,00	21,00	55,00	8,76	155,9			1-4
	Ayda 1 Kez Giderim	62	43,85	44,50	26,00	55,00	7,55	177,7			1-5
	İki Haftada 1 Giderim	88	45,89	46,00	17,00	55,00	6,99	205,9			2-3
	Her Hafta Giderim	150	47,67	49,00	13,00	55,00	6,87	238,7			2-4
	Toplam	392	44,61	46,00	13,00	55,00	8,65				2-5

Tablo 6.15. Ölçek Puanları ile taraftarların takımlarının maçlarını izlemeye gitme sıklıkları Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu (devam)

Spor	Hiç Gitmem	45	33,58	33,00	7,00	56,00	14,01	93,1	95,24	0,001	1-3
Taraftarı	Sezonda 1 Kez Giderim	47	40,70	43,00	16,00	56,00	10,80	126,5			1-4
Özdeşleşme	Ayda 1 Kez Giderim	62	46,00	49,00	17,00	56,00	8,20	173,6			1-5
Ölçeği	İki Haftada 1 Giderim	88	48,53	50,00	8,00	56,00	7,54	208,5			2-3
Toplam	Her Hafta Giderim	150	51,26	53,00	12,00	56,00	5,79	251,9			2-4
Puanı	Toplam	392	46,52	49,50	7,00	56,00	10,23				2-5

Özel bilgi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların, takımlarının maçlarını izleme sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan ve takımlarının maçlarını hiç izlemeyen veya sezonda bir kez izleyenlerin özel bilgi alt boyut puanı, diğer gruplara göre anlamlı derecede düşüktür. Diğer bir ifade ile taraftarı oldukları takımın maçlarını hiç izlemeyen veya sezonda bir kez izleyen taraftarların spora yönelik özel bilgi düzeyleri, maçları her hafta, iki haftada bir ve ayda bir kez izleyen taraftarlara göre daha düşüktür.

Genel bilgi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların, takımlarının maçlarını izleme sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan ve takımlarının maçlarını hiç izlemeyen veya sezonda bir kez izleyenlerin genel bilgi alt boyut puanı, diğer gruplara göre anlamlı derecede düşüktür. Diğer bir ifade ile taraftarı oldukları takımın maçlarını hiç izlemeyen veya sezonda bir kez izleyen taraftarların spora yönelik genel bilgi düzeyleri, maçları her hafta, iki haftada bir ve ayda bir kez izleyen taraftarlara göre daha düşüktür.

Spor tesis bilgisi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların, takımlarının maçlarını izleme sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan ve takımlarının maçlarını hiç izlemeyen veya sezonda bir kez izleyenlerin spor tesis bilgisi alt boyut puanı, diğer gruplara göre anlamlı derecede düşüktür. Diğer bir ifade ile taraftarı oldukları takımın maçlarını hiç izlemeyen veya sezonda bir kez izleyen taraftarların spor tesisleri bilgi düzeyleri, maçları her hafta, iki haftada bir ve ayda bir kez izleyen taraftarlara göre daha düşüktür.

Spora özel merak ölçeği toplan puanı ile araştırmaya katılan taraftarların, takımlarının maçlarını izleme sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan ve takımlarının maçlarını hiç izlemeyen veya sezonda bir kez izleyenlerin spora yönelik özel merak ölçeği toplam puanı, diğer gruplara göre anlamlı derecede düşüktür. Diğer bir ifade ile taraftarı oldukları takımın maçlarını hiç izlemeyen veya sezonda bir kez izleyen taraftarların spora yönelik özel merak düzeyleri, maçları her hafta, iki haftada bir ve ayda bir kez izleyen taraftarlara göre daha düşüktür.

Spor taraftarı özdeşleşme ölçeği toplan puanı ile araştırmaya katılan taraftarların, takımlarının maçlarını izleme sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan ve takımlarının maçlarını hiç izlemeyen veya sezonda bir kez izleyenlerin spor taraftarı özdeşleşme ölçeği toplam puanı, diğer gruplara göre anlamlı derecede düşüktür. Diğer bir ifade ile taraftarı oldukları takımın maçlarını hiç izlemeyen veya sezonda bir kez izleyen taraftarların takımlarıyla özdeşleşme düzeyleri, maçları her hafta, iki haftada bir ve ayda bir kez izleyen taraftarlara göre daha düşüktür.

Tablo 6.16. Ölçek Puanları ile taraftarların takımlarına üyelik durumları Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu

		Taraftarı olduğunuz kulüp (takım) ile ilgili üyelik durumunuz						Kruskal-Wallis H testi			
		n	Mean	Median	Min	Max	ss	Sıra Ort.	KWH	p	İkili Karşılaştırma
Özel bilgi	Kulüp Resmi Üyeliği	57	23,12	24,00	15,00	25,00	2,38	246,2	16,8	0,001	1-2
	Tribün Grubu vb										1-3
	Taraftarlık Grubu Üyeliği	202	20,50	22,00	5,00	25,00	4,79	178,6			1-4
	Taraftarlık Grubu Sanal Ortam Üyeliği	72	21,01	23,00	5,00	25,00	5,16	202,9			
	Taraftarlık Grubu Resmi Dernek Üyeliği	61	22,00	23,00	11,00	25,00	2,92	201,9			
	Toplam	392	21,21	23,00	5,00	25,00	4,43				
Genel bilgi	Kulüp Resmi Üyeliği	57	13,28	14,00	6,00	15,00	2,35	258,2	25,01	0,001	1-2
	Tribün Grubu vb										1-3
	Taraftarlık Grubu Üyeliği	202	11,51	12,00	3,00	15,00	2,61	176,3			1-4
	Taraftarlık Grubu Sanal Ortam Üyeliği	72	12,04	13,00	3,00	15,00	3,09	209,0			
	Taraftarlık Grubu Resmi Dernek Üyeliği	61	11,84	12,00	5,00	15,00	2,68	191,1			
	Toplam	392	11,92	12,00	3,00	15,00	2,74				

Tablo 6.16. Ölçek Puanları ile taraftarların takımlarına üyelik durumları Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu (devam)

Spor tesisleri bilgi boyutu	Kulüp Resmi Üyeliği	57	13,23	14,00	7,00	15,00	2,04	266,8	26,87	0,001	1-2
	Tribün Grubu vb										1-3
	Taraftarlık Grubu Üyeliği	202	11,15	12,00	3,00	15,00	2,93	182,4			1-4
	Taraftarlık Grubu Sanal Ortam Üyeliği	72	11,31	12,00	3,00	15,00	3,34	194,9			
	Taraftarlık Grubu Resmi Dernek Üyeliği	61	11,16	12,00	4,00	15,00	2,76	179,4			
	Toplam	392	11,48	12,00	3,00	15,00	2,96				
Spora Özel Merak Toplam Ölçek Puanı	Kulüp Resmi Üyeliği	57	49,63	51,00	33,00	55,00	5,67	269,8	32,2	0,001	1-2
	Tribün Grubu vb										1-3
	Taraftarlık Grubu Üyeliği	202	43,16	44,50	13,00	55,00	8,69	174,4			1-4
	Taraftarlık Grubu Sanal Ortam Üyeliği	72	44,36	47,50	15,00	55,00	10,43	205,6			
	Taraftarlık Grubu Resmi Dernek Üyeliği	61	45,00	46,00	23,00	55,00	6,66	190,4			
	Toplam	392	44,61	46,00	13,00	55,00	8,65				
Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği Toplam Puanı	Kulüp Resmi Üyeliği	57	49,89	52,00	8,00	56,00	7,95	238,4	24,4	0,001	1-2
	Tribün Grubu vb										1-3
	Taraftarlık Grubu Üyeliği	202	44,72	48,00	7,00	56,00	10,51	171,0			4-2
	Taraftarlık Grubu Sanal Ortam Üyeliği	72	46,31	51,50	7,00	56,00	11,74	205,0			4-3
	Taraftarlık Grubu Resmi Dernek Üyeliği	61	49,57	53,00	23,00	56,00	7,65	231,7			
	Toplam	392	46,52	49,50	7,00	56,00	10,23				

Özel bilgi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların, takımlarına üye olma durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Araştırmaya katılan ve takımlarının resmi kulüplerine üye olan taraftarların, özel bilgi alt boyut puanı, diğer gruplara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile taraftarı oldukları takımın resmi kulüplerine üye olan taraftarların, takımlarına yönelik özel bilgi düzeyleri, diğer üyelik durumlarına göre daha yüksektir.

Genel bilgi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların, takımlarına üye olma durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Araştırmaya katılan ve takımlarının resmi kulüplerine üye olan taraftarların, genel bilgi alt boyut puanı, diğer gruplara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile taraftarı oldukları takımın resmi kulüplerine üye olan taraftarların, takımlarına yönelik genel bilgi düzeyleri, diğer üyelik durumlarına göre daha yüksektir.

Spor tesisi bilgisi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların, takımlarına üye olma durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Araştırmaya katılan ve takımlarının resmi kulüplerine üye olan taraftarların,

spor tesisi bilgisi alt boyut puanı, diğer gruplara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile taraftarı oldukları takımın resmi kulüplerine üye olan taraftarların, takımlarına yönelik spor tesisleri bilgi düzeyleri, diğer üyelik durumlarına göre daha yüksektir.

Spora özel merak ölçeği toplam puanı ile araştırmaya katılan taraftarların, takımlarına üye olma durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan ve takımlarının resmi kulüplerine üye olan taraftarların, spora özel merak ölçeği toplam puanı, diğer gruplara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile taraftarı oldukları takımın resmi kulüplerine üye olan taraftarların, spora yönelik özel merak düzeyleri, diğer üyelik durumlarına göre daha yüksektir.

Spor taraftarı özdeşleşme ölçeği toplam puanı ile araştırmaya katılan taraftarların, takımlarına üye olma durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan ve takımlarının resmi kulüplerine üye olan taraftarların, spor taraftarı özdeşleşme ölçeği toplam puanı, diğer gruplara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile taraftarı oldukları takımın resmi kulüplerine üye olan taraftarların, takımlarına yönelik özdeşleşme düzeyleri, diğer üyelik durumlarına göre daha yüksektir.

Tablo 6.17. Ölçek Puanları ile taraftarların takımlarına lisanslı ürünleri alma düzeyleri Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu

		Takımınızın lisanslı ürünlerini satın alır mısınız?							Kruskal-Wallis H testi		
		n	Mean	Median	Minimum	Maximum	ss	Sıra Ort.	KWH	p	İkili karşılaştırma
Özel bilgi	Evet, sürekli alırım	124	23,00	24,00	5,00	25,00	3,28	249,9	52,6	0,001	1-2 1-3
	Ara sıra alırım	233	20,88	22,00	7,00	25,00	4,16	180,7			
	Hayır, Hiç Almam	35	17,03	18,00	5,00	25,00	6,23	112,7			
	Toplam	392	21,21	23,00	5,00	25,00	4,43				
Genel bilgi	Evet, sürekli alırım	124	12,81	13,00	5,00	15,00	2,20	231,7	27,7	0,001	1-2 1-3
	Ara sıra alırım	233	11,72	12,00	3,00	15,00	2,80	188,5			
	Hayır, Hiç Almam	35	10,09	10,00	5,00	15,00	2,90	125,1			
	Toplam	392	11,92	12,00	3,00	15,00	2,74				

Tablo 6.17. Ölçek Puanları ile taraftarların takımlarına lisanslı ürünleri alma düzeyleri Arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonucu (devam)

Spor tesisleri bilgi boyutu	Evet, sürekli alırım	124	12,55	13,00	3,00	15,00	2,45	237,5	28,8	0,001	1-2 1-3
	Ara sıra alırım	233	11,17	12,00	3,00	15,00	2,95	183,3			
	Hayır, Hiç Almam	35	9,80	10,00	3,00	15,00	3,41	139,0			
	Toplam	392	11,48	12,00	3,00	15,00	2,96				
Spora Özel Merak Toplam Ölçek Puanı	Evet, sürekli alırım	124	48,35	49,00	13,00	55,00	6,77	250,7	52,07	0,001	1-2 1-3 2-3
	Ara sıra alırım	233	43,77	44,00	16,00	55,00	8,17	180,0			
	Hayır, Hiç Almam	35	36,91	37,00	15,00	53,00	11,02	113,9			
	Toplam	392	44,61	46,00	13,00	55,00	8,65				
Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği Toplam Puanı	Evet, sürekli alırım	124	51,54	53,00	8,00	56,00	6,25	261,7	95,5	0,001	1-2 1-3 2-3
	Ara sıra alırım	233	46,39	49,00	12,00	56,00	8,66	182,2			
	Hayır, Hiç Almam	35	29,60	30,00	7,00	56,00	12,79	60,6			
	Toplam	392	46,52	49,50	7,00	56,00	10,23				

Özel bilgi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların, takımlarının lisanslı ürünlerini satın alma sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Araştırmaya katılan ve takımlarının lisanslı ürünlerini sürekli bir şekilde satın alan taraftarların özel bilgi alt boyut puanı, diğer gruplara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile taraftarı oldukları takımın lisanslı ürünlerini sürekli olarak satın alan taraftarların takımlarına yönelik özel bilgi düzeyleri, ara sıra alanlardan ve hiç almayanlardan daha yüksektir.

Genel bilgi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların, takımlarının lisanslı ürünlerini satın alma sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Araştırmaya katılan ve takımlarının lisanslı ürünlerini sürekli bir şekilde satın alan taraftarların genel bilgi alt boyut puanı, diğer gruplara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile taraftarı oldukları takımın lisanslı ürünlerini sürekli olarak satın alan taraftarların takımlarına yönelik genel bilgi düzeyleri, ara sıra alanlardan ve hiç almayanlardan daha yüksektir.

Spor tesis bilgisi alt boyut puanı ile araştırmaya katılan taraftarların, takımlarının lisanslı ürünlerini satın alma sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Araştırmaya katılan ve takımlarının lisanslı ürünlerini sürekli bir şekilde satın alan taraftarların spor tesis bilgisi alt boyut puanı, diğer gruplara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile taraftarı oldukları takımın lisanslı

ürünlerini sürekli olarak satın alan taraftarların takımlarına yönelik spor tesis bilgi düzeyleri, ara sıra alanlardan ve hiç almayanlardan daha yüksektir.

Spora özel merak ölçeği toplam puanı ile araştırmaya katılan taraftarların, takımlarının lisanslı ürünlerini satın alma sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan ve takımlarının lisanslı ürünlerini sürekli bir şekilde satın alan taraftarların spora özel merak ölçeği puanı, diğer gruplara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile taraftarı oldukları takımın lisanslı ürünlerini sürekli olarak satın alan taraftarların spora özel merak düzeyleri, ara sıra alanlardan ve hiç almayanlardan daha yüksektir.

Spor taraftarı özdeşleşme ölçeği toplam puanı ile araştırmaya katılan taraftarların, takımlarının lisanslı ürünlerini satın alma sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Araştırmaya katılan ve takımlarının lisanslı ürünlerini sürekli bir şekilde satın alan taraftarların spor taraftarı özdeşleşme puanı, diğer gruplara göre anlamlı derecede yüksektir. Diğer bir ifade ile taraftarı oldukları takımın lisanslı ürünlerini sürekli olarak satın alan taraftarların takımlarıyla özdeşleşme düzeyleri, ara sıra alanlardan ve hiç almayanlardan daha yüksektir.

Tablo 6.18. Spor taraftarı özdeşleşme ölçeği ile spora özel merak ölçeği puanları arasındaki ilişkiye dair korelasyon testi sonucu

Correlations					
		Özel bilgi	Genel bilgi	Spor tesisleri bilgi boyutu	Toplam ölçek
Spor Taraftarı Özdeşleşme puanı	r	,555**	,377**	,357**	,526**
	p	,000	,000	,000	,000

Spor taraftarı özdeşleşme puanı ile özel bilgi alt boyutu puanı arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Özdeşleşme puanı arttıkça özel bilgi puanı da artmaktadır. ($p=0,000$; $r=0,555$). Diğer bir ifade ile araştırmaya katılan taraftarların takımlarıyla

özdeşleşme düzeyleri arttıkça, taraftarların takımlarına yönelik özel bilgi düzeyleri de artmaktadır.

Spor taraftarı özdeşleşme puanı ile genel bilgi alt boyutu puanı arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Özdeşleşme puanı arttıkça genel bilgi puanı artmaktadır. ($p=0,000$; $r=0,377$). Diğer bir ifade ile araştırmaya katılan taraftarların takımlarıyla özdeşleşme düzeyleri arttıkça, taraftarların takımlarına yönelik genel bilgi düzeyleri de artmaktadır.

Spor taraftarı özdeşleşme puanı ile spor tesisleri bilgi boyutu puanı arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Özdeşleşme puanı arttıkça spor tesisleri bilgi boyutu puanı artmaktadır. ($p=0,000$; $r=0,357$). Diğer bir ifade ile araştırmaya katılan taraftarların takımlarıyla özdeşleşme düzeyleri arttıkça, taraftarların takımlarına yönelik spor tesisleri bilgisi de artmaktadır.

Spor taraftarı özdeşleşme puanı ile spora yönelik özel merak ölçeği toplam puanı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki görülmektedir. Özdeşleşme puanı arttıkça spora yönelik özel merak ölçeği toplam puanı da artmaktadır. ($p=0,000$; $r=0,52$). Diğer bir ifade ile araştırmaya katılan taraftarların takımlarıyla özdeşleşme düzeyleri arttıkça, taraftarların spora yönelik özel merak düzeyleri de artmaktadır.

Tablo 6.19. Hipotezlerin değerlendirilmesi

Hipotezler	Hipotez Sonucu
H1: Futbol taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri ile takımlarına yönelik merak düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H1a: Futbol taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri ile özel bilgileri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H1b: Futbol taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri ile genel bilgileri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul

H1c: Futbol taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri ile spor tesis bilgisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H2: Futbol taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri ile takımın maçlarını izleme yeri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H3: Futbol taraftarlarının takımlarına yönelik merak düzeyleri ile takımın maçlarını izleme yeri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H3a: Futbol taraftarlarının özel bilgi düzeyleri ile takımın maçlarını izleme yeri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H3c: Futbol taraftarlarının genel bilgi düzeyleri ile takımın maçlarını izleme yeri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Red
H3d: Futbol taraftarlarının spor tesislerine yönelik bilgi düzeyleri ile takımın maçlarını izleme yeri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Red
H4: Futbol taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri ile takımın deplasman maçlarına gitme sıklığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H5: Futbol taraftarlarının takımlarına yönelik merak düzeyleri ile takımın deplasman maçlarına gitme sıklığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H5a: Futbol taraftarlarının özel bilgi düzeyleri ile takımın deplasman maçlarına gitme sıklığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H5b: Futbol taraftarlarının genel bilgi düzeyleri ile takımın deplasman maçlarına gitme sıklığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H5c: Futbol taraftarlarının spor tesislerine yönelik bilgi düzeyleri ile takımın deplasman maçlarına gitme sıklığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H6: Futbol taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri ile	

H6a: Cinsiyet,	Kabul
H6b: Yaş,	Kabul
H6c: Medeni Durum,	Kabul
H6d: Katılımcıların Eğitim Düzeyleri,	Red
H6e: Anne Eğitim Düzeyi,	Red
H6f: Baba Eğitim Düzeyi,	Red
H6g: Taraftar Türü,	Kabul
H6h: Lisanslı Spor Yapma Durumu,	Red
H6i: Takımın Lisanslı Ürünlerini Satın Alma Durumu	Kabul
H6j: Meslek	Kabul
H6k: Aylık Gelir Düzeyi	Kabul
H6l: Yaşanılan Yer	Red
H6m: Takıma Üye Olma Durumu arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H7: Futbol taraftarlarının takımlarına yönelik merak düzeyleri ile;	
H7a: Cinsiyet,	Kabul
H7b: Yaş,	Kabul
H7c: Medeni Durum,	Red
H7d: Katılımcıların Eğitim Düzeyleri,	Red
H7e: Anne Eğitim Düzeyi,	Kabul
H7f: Baba Eğitim Düzeyi,	Red

H7g: Taraftar Türü,	Kabul
H7h: Lisanslı Spor Yapma Durumu,	Red
H7i: Takımın Lisanslı Ürünlerini Satın Alma Durumu	Kabul
H7j: Meslek	Red
H7k: Aylık Gelir Düzeyi	Red
H7l: Yaşanılan Yer	Red
H7m: Takıma Üye Olma Durumu arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul

7. TARTIŞMA

Bu bölümde, araştırmada yer alan anket uygulaması sonucu elde edilen sonuçlar değerlendirilmektedir. Bu kapsamda öncelikle katılımcıların kişisel bilgilerine yer verilmiş, sonrasında ise spora yönelik görüşleri ortaya konmuştur. Daha sonra ise çalışmanın amacı doğrultusunda oluşturulan hipotezlerin test sonuçları tartışılmıştır.

Katılımcıların kişisel özelliklerine yönelik bulgularında;

Katılımcıların cinsiyet dağılımlarında; %11,5'inin kadın, %88,5'inin ise erkek olduğu ortaya görülmektedir.

Katılımcıların yaş dağılımlarında; %35,5'inin 18 yaş altı, %40,8'inin 18-25 yaş, %14,8'inin 26-35 yaş ve %8,9'unun ise 36-45 yaşında olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan taraftarların büyük çoğunluğunun genç nüfustan oluştuğunu söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılanların medeni durum dağılımlarında; %67,6'sının bekâr, %32,4'ünün ise evli olduğu görülmektedir. Bekâr taraftarlar evli tarafların iki katından daha fazladır. Araştırmaya katılanların büyük bir kısmını bekâr taraftarlar oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılanların eğitim düzeyi dağılımlarında; %28,8'inin okur-yazar olmadığı, %18,9'u ilköğretim mezunu olduğu, %52,3'ünün ortaöğretim mezunu olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan taraftarların büyük bir çoğunluğu orta öğretim mezunudur. Samsunspor stadyumunun sanayi bölgesinde yer alması, sanayi kültüründe küçük yaştan itibaren çıraklık kültürünün benimsenmesinden dolayı, taraftarların büyük bir çoğunluğu eğitim öğretimlerine devam edemediği, eğitimlerine devam eden kişilerin ise eğitimlerini yarıda bıraktıkları söylenebilir.

Araştırmaya katılanların anne eğitim düzeylerinde, %42,9'unun annesinin okur-yazar olmadığı, %43,6'sının ilköğretim mezunu olduğu, %4,8'inin ortaöğretim mezunu olduğu ve son olarak %8,7'sinin ise ön lisans mezunu olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan taraftarların anne eğitim düzeyleri incelendiğinde büyük bir çoğunluğunun okur-yazar olmadığı ve orta öğretim mezunu oldukları görülmektedir.

Araştırmaya katılanların babalarının eğitim düzeyi dağılımlarında; %33,7'sinin babasının okur-yazar olmadığı, %44,9'unun ilköğretim mezunu olduğu, %7,9'unun

ortaöğretim mezunu olduğu ve son olarak %13,5'inin ise ön lisans mezunu olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan taraftarların baba eğitim düzeyleri incelendiğinde büyük bir çoğunluğunun okur-yazar olmadığı ve orta öğretim mezunu oldukları görülmektedir.

Araştırmaya katılanların %19,1'inin kamu sektörü çalışanı, %38,5'inin özel sektör çalışanı, %14,3'ünün serbest meslek çalışanı ve son olarak %28,1'inin öğrenci olduğu görülmektedir. Ankete katılan taraftarların büyük bir kısmı özel sektör çalışanlarından ve öğrencilerden oluştuğu görülmektedir.

Araştırmaya katılanların gelir düzeyi dağılımlarında; %14,5'inin 1000 TL ve altında, %9,2'sinin 1001 TL-2000 TL gelire, %28,6'sının 2001 TL-3000 TL arası gelire, %19,6'sının 3001 TL-4000 TL arası gelire ve son olarak %28,1'inin ise 4001 TL ve üzerinde gelire sahip olduğu görülmektedir. Taraftarların ekonomik gelirleri incelendiğinde büyük bir kısmının aylık gelirinin 2001 TL ve üzerinde olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılanların yaşadıkları yere yönelik dağılımlarda; %81,4'ünün büyükşehirde, %9,2'sinin şehirde ve son olarak %9,4'ünün ise ilçede yaşadığı görülmektedir. Katılımcıların büyük bir kısmının büyükşehir de yaşadığı görülmektedir.

Katılımcıların spora ilişkin görüşlerine ait elde edilen bulgular ise şu şekildedir;

Lisanslı spor yapma durumu dağılımlarında; 392 kişinin %10,5'inin lisanslı olarak spor yaptığı, %89,5'inin lisanslı olarak spor yapmadığı görülmektedir. Lisanslı ürünleri satın alma durumuna yönelik dağılımlarda; %31,6'sının sürekli olarak takımın lisanslı ürünlerini satın aldığı, %59,4'ünün ara sıra satın aldığı, %8,9'unun ise takımın lisanslı ürünlerini hemen hiç almadığı görülmektedir. Taraftar türüne yönelik dağılımlarda; %36'sının sadece taraftar olduğu, %64'ünün ise fanatik taraftar olduğu görülmektedir. Takımın maçlarına gitme sıklığına yönelik dağılımlarda; %11,5'inin her hafta taraftarı olduğu takımın maçlarına gittiği, %11,7'sinin 2 haftada 1 gittiği, %15,8'inin ayda 1 kez gittiği ve son olarak %22,4'ünün sezonda 1 kez gittiği görülmektedir. Maçı izlenme yerine yönelik dağılımlarda; %1'inin maç izlemediği %75,8'inin takımının maçlarını evde izlediği, %11,1'inin stadyumda izlediği ve son olarak %12,2'sinin maç yayını veren diğer yerlerde izlediği görülmektedir. Üyelik

durumuna yönelik dağılımlarda; %14,5'inin kulüp üyeliğinin resmi olduğu, %51,5'inin tribün grubu vb. taraftarlık grubu üyeliğinin olduğu, %18,4'ünün ise taraftarlık grubu sanal ortam üyeliğinin olduğu, %15,6'sının ise taraftarlık grubunun resmi dernek üyeliğinin olduğu görülmektedir. Tutulan takımın maçlarını izleme sıklığına yönelik dağılımlarda; ortalamanın 6,95 olduğu görülmektedir. Tutulan takımın maçlarına gitme sıklığına yönelik dağılımlarda; ortalamanın 2,01 olduğu görülmektedir. Taraftarı oldukları takımı destekleme oranı, maçlarına gitme sıklığı incelendiğinde sadece %1'lik dilimin maçları izlemediği, geri kalan taraftarların takımının maçlarını stadyuma izleme gayreti gösterdiği, maçlara gidememe durumunda maç yayını veren yerler ya da TV üzerinden maçları takip etikleri görülmektedir. Maçlara her hafta stadyum, maç yayını veren yerler ya da TV üzerinden takip eden taraftarın oranının yüksek olması, takımları ile özdeşleşme durumunun yüksek olduğunun bir göstergesidir.

Hipotezlere ilişkin bulgulara gelindiğinde ise;

Son yıllarda gelişen teknolojiyle birlikte özellikle internet, yazılı ve görsel medyanın etkisiyle geniş halk yığınlarının spora olan merakları artış göstermiştir. Bu merakın artmasıyla kişilerin zamanla taraftar boyutuna vardığı bilinmektedir (Gençay, 2004). Bizim çalışmamızda bu kapsamda yapılan analiz sonucunda Samsunspor taraftarlarının takımlarına yönelik özel merak, genel bilgiler, spor tesis bilgisi ve özel bilgi ile özdeşleşme düzeyleri arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,01$).

Bu sonuçlara göre H1, H1a, H1b, H1c hipotezleri kabul edilmiştir. ($p<0,05$).

Tutulan takımın maçlarını izleme yeri ile tutulan takıma yönelik merak ve özel bilgi düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu, buna karşın genel bilgi düzeyi ve spor tesisleri bilgi düzeyi arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Tutulan takıma yönelik özdeşleşme düzeyi ile tutulan takımın maçlarını izleme yeri arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($p<0,01$).

İkinci ve üçüncü maddeler birlikte değerlendirildiğinde, H2, H2a, H2b ve H2c hipotezlerinin kabul edildiği görülmüştür ($p<0,05$). Polat ve arkadaşlarının 2019 yılında yaptıkları çalışmada da stadyuma giderek maç izleyenlerde özdeşleşme düzeyinin daha yüksek olduğu kaydedilmiştir ($p<0,05$).

Tutulan takıma yönelik özdeşleşme düzeyi ile tutulan takımın maçlarına gitme sıklığı arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Buna göre H4 hipotezi kabul edilmiştir. Baş'ın (2008) çalışmasında müsabakaya gitme sıklığı değişkeni bağlamında 0,05 düzeyinde anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Polat ve arkadaşlarının (2019) yaptıkları araştırmada ise yıllık maça gitme sayısına göre taraftarların tuttukları takımla özdeşleşme düzeyleri arasında doğrusal bir ilişki olduğu kaydedilmiştir.

Tutulan takıma yönelik merak, genel bilgiler, özel bilgi, spor tesislerine yönelik bilgi düzeyi ile deplasman maçlarına gitme sıklığı arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre, H5, H5a, H5b, H5c hipotezleri kabul edilmiştir.

Spora özel merak ölçeği toplam puanı, özel bilgi, genel bilgi ve spor tesis bilgisi ile tuttukları takıma yönelik özdeşleşme düzeyi ile araştırmaya katılanların cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu ortaya çıkmıştır ($p < 0,05$). Buna göre araştırma kapsamında oluşturulan H6a ve H7a hipotezleri kabul edilmiştir. Demirel ve arkadaşlarının (2007) yaptıkları çalışmada üniversite öğrencilerini takımlarıyla özdeşleşme düzeyleri incelenmiştir. Çalışmada, katılımcıların cinsiyetlerine göre takımlarıyla özdeşleşme düzeylerinin anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edildi. Burada erkeklerin takımlarıyla özdeşleşme düzeylerinin kız öğrencilerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Günay ve Tiryaki'nin (2004) yaptıkları çalışmada da kadın ve erkekler arasında takımıyla özdeşleşmenin anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir. Bizim çalışmamızda da benzer şekilde Samsunspor taraftarlarının cinsiyetlerine göre takımlarıyla özdeşleşme düzeyi arasında anlamlı bir farklılık olduğu ve bu farklılıkta erkeklerin özdeşleşme düzeylerinin kız taraftarlardan daha yüksek olduğu kaydedilmiştir.

Araştırmada, katılımcıların özdeşleşme düzeyi açısından yaş, medeni durum, takımın lisanslı ürünlerini satın alma, meslek, aylık gelir düzeyi ve tutulan takıma üye olma durumunun anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna karşın, katılımcıların eğitim düzeyi, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, lisanslı spor yapma ve yaşanılan yer değişkenleri bağlamında sporla özdeşleşme düzeyinin anlamlı düzeyde farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Buna göre H6b, H6c, H6g, H6i, H6j, H6k ve H6m hipotezleri kabul; H6d, H6e, H6f, H6h ve H6l hipotezleri ise red

edilmiştir. Baş'ın (2008) yaptığı araştırmada yaş değişkeni, medeni durum, eğitim düzeyi ve meslek değişkenlerine göre takımla özdeşleşme düzeyi arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna karşın gelir düzeyi, ikamet edilen, üye olunan taraftar derneğinin olup olmadığı, taraftar gruplarına üyelik olunup olunmadığı değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Araştırmada, taraftarların tuttıkları takıma üye olma durumları ile takımlarıyla özdeşleşme düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, H6m hipotezi kabul edilmiştir. Demirel ve arkadaşlarının (2007) yaptıkları çalışmada üniversite öğrencilerini takımlarıyla özdeşleşme düzeyleri incelenmiştir. Çalışmada, katılımcıların taraftarı olunan takıma üye olup olmama durumuna göre takımlarıyla özdeşleşme düzeylerinin anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edildi.

Spora özel merak ölçeği puanı ile araştırmaya katılanların lisanslı spor yapma durumları istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ($p>0,05$). Bizim çalışmamızda da benzer şekilde taraftarların spora merak düzeyleri ile lisanslı spor yapma durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Buna göre, H7h hipotezi red edilmiştir.

Spor taraftarı özdeşleşme ve merak ölçeği puanı ile araştırmaya katılanların taraftar türleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($p<0,05$). Fanatik taraftar olanların, spor taraftarı özdeşleşme ölçeği puanı, sadece taraftar olanlara kıyasla daha yüksektir. Yani, fanatik taraftar olanlar takımlarıyla daha yüksek düzeyde özdeşleşmektedir. Buna göre H6g ve H7g hipotezleri kabul edilmiştir.

Kimlik kazanımı, özsaygıyı sürdürmek ve bunu arttırmak amacıyla spora ilgili duyan insanların tuttıkları takımlarıyla özdeşleşmek amacıyla takımının renklerinin yer aldığı ürünleri satın aldığı, sporcularının hayatlarını öğrendiği ve müsabakalarını izlediği bilinmektedir. Takımının başarısını kendi başarısı olarak gören taraftarlar böylece sosyal ve duygusal açıdan takımıyla bağ kurmaktadır (Kwak ve Kang, 2009). Lisanslı ürünlerin spor kulüpleri açısından önemli bir gelir kaynağı olduğu bilinmektedir (Demirel ve ark., 2004). Söz konusu ürünler, spor takımlarına marka farkındalığı yaratmada önemli bir avantaj sağlar (Kim ve Trail, 2015). Lisanslı ürünlerin spor kulüplere sağladığı faydaların taraftarlar açısından da birtakım kazanımlarının olduğu ifade edilir. Kwon ve Armstrong'a (2004) bu kazanımları,

“kıyafet/aksesuar olarak kullanmak, hediye olarak vermek gibi işlevsel faydaların yanında aynı takımın taraftarlarınca kabul görmek ve sosyal onay” olarak dile getirmişlerdir. Kazançoğlu ve Baybars (2016) yaptıkları çalışmada, Türkiye’deki en büyük üç futbol kulübünün taraftarlarının takımlarıyla özdeşleşme düzeyleri ile lisanslı ürünleri satın alma niyetleri arasında doğrudan bir ilişkisinin olmadığını tespit etmişlerdir. Ahn ve arkadaşları (2012) yaptıkları çalışmada ise taraftarların takımlarının lisanslı ürünlerini satın alma durumları ile özdeşleşme düzeyleri arasında bir ilişki olduğu kaydedilmiştir. Araştırmamızda bu kapsamda yapılan analiz sonucunda spora özel merak leği puanı ile araştırmaya katılanların taraftarı olduğu takımın lisanslı ürünlerini satın alma durumu istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($p<0,05$). Bu kısımda ayrıca, özdeşleşme düzeyi ile araştırmaya katılanların taraftarı olduğu takımın lisanslı ürünlerini satın alma durumu istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($p<0,05$). Bu bağlamda H6i ve H7i hipotezleri kabul edilmiştir.

8. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada Samsunspor taraftarları örnekleminde tutulan takımla özdeşleşme düzeyi ile takıma yönelik merak düzeyleri arasındaki ilişki ortaya konmaya çalışılmış, bu kapsamda da 392 taraftar ile görüşülmüştür. Anket uygulamasının yer aldığı araştırmada katılımcıların takımlarıyla özdeşleşme düzeylerinin %46,52 olduğu ortaya çıkmış iken merak düzeyleri %44,61 olarak ortaya çıkmıştır. Katılımcıların %36'sının sadece taraftar olduğu, %64'ünün ise fanatik taraftar olduğu ortaya çıkmıştır.

Tutulan takımla özdeşleşme düzeyi ile takıma yönelik merak ve genel bilgi, özel bilgi ve spor tesisine yönelik bilgi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Tutulan takıma yönelik merak düzeyi ile; cinsiyet, taraftar türü ve takımın lisanslı ürünlerini satın alma durumu arasında anlamlı bir farklılık olduğu ortaya çıkmış iken yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi ve lisanslı spor yapma arasında anlamlı bir farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır.

Tutulan takıma yönelik özdeşleşme düzeyi ile; cinsiyet, yaş, medeni durum, takımın lisanslı ürünlerini satın alma durumu ve taraftar türü arasında anlamlı bir farklılık olduğu buna karşın arasında ise eğitim düzeyi, anne eğitim, baba eğitim düzeyi ve lisanslı spor yapma arasında anlamlı bir farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmanın literatür taramasından ve anket araştırmasından elde edilen bilgi ve bulgular doğrultusunda işletmelere şu önerilerde bulunulabilir:

Araştırmada spor türü olarak futbol ele alınarak, taraftarların tuttukları takıma yönelik merakları ile özdeşleşme düzeyleri arasındaki ilişki ortaya konmuştur. Gelecekte yapılacak araştırmalarda farklı spor türleri (basketbol, voleybol gibi) ele alınarak söz konusu ilişkiyi ortaya koyacak çalışmalar yapılabilir.

Çalışmada sadece Samsunspor takımı üzerinde çalışma yapılmasından yola çıkarak, gelecekteki araştırmalarda farklı spor kulüpleriyle araştırmalar yapılabilir.

Araştırmada, belirlenen amacın karşılanması noktasında nicel araştırma yöntemine başvurulmuştur. Gelecekteki araştırmalarda nitel araştırma yöntemleriyle taraftarların takımlarına yönelik merak düzeyleri ile özdeşleşme düzeyleri arasındaki ilişki incelenebilir. Bu bağlamda, detaylı odak grup çalışmaları yapılabilir.

Alanyazında yer alan açıklamalar doğrultusunda, taraftarların tuttukları takımlarıyla özdeşleşme düzeyini daha da arttırmak amacıyla lisanslı ürünlerin satın alınmasında, taraftarlar nezdinde çekilişli veya promosyonlu satışlar yapılabilir.

KAYNAKLAR

Acet M. (2005). Sporda Saldırganlık ve Şiddet. İstanbul: Morpa Kültür Yayınları.

Acet M. (2006). Sporda Saldırganlık ve Şiddet. İstanbul:Morpa KültürYayınları. S.46-49.

Acun N, Kapıkıran Ş, Kabasakal Z. (2013). Merak ve Keşfetme Ölçeği II: Açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri ve güvenilirlik çalışması. *Türk Psikoloji Yazıları*, 16(31), 74-85.

Ahn T, Suh SI, Lee JK, Pederson PM. (2012). “Sport fans and their teams' redesigned logos: an examination of the moderating effect of team identification on attitude and purchase intention of team-logoed merchandise”. *Journal of Sport Management*, 27, 11-23.

Akbaş E. (2012). Türkiye’de Sosyal medyada Futbol Taraftarlarının Erkeklik Söylemleri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bilgi Üniversitesi, İstanbul.

Akçay R. (2017). Geçmişten Günümüze Samsunspor. Samsun: Kültür Yayınları.

Alpman C. (1972). Eğitimin Bütünlüğü İçinde Beden Eğitimi ve Çağlar Boyunca Gelişimi. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi. S:35.

Akşar T, Merih K. (2006). Futbol Ekonomisi. İstanbul: Literatür Yayınları. S:3.

Amman MT. (1999). Dünyada ve Türkiye’de spor sosyolojisi, tarihçe ve günümüzdeki durum. *Dinamik Spor Bilimleri Dergisi*, 1 (1), 74.

Apaydın A. (2000). Futbola Giriş. Bursa: Akmat Akınoğlu Matbaacılık.

Argan M, Katırcı H. (2002). Spor Pazarlaması (1.bs). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım. S:4-370.

Ashforth BE. (2001). Role Transitions in Organizational Life An Identity-Based Perspective. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. S:26.

Arıpınar E. (1992). The Social Animal. New York: W.H.Freeman. S:15.

Arıpınar E. (1992). Türk Futbol Tarihi (Cilt 1). İstanbul: Türkiye Futbol Federasyonu Yayınları. S:8.

- Arslanoğlu K. (2005). Futbolun Psikiyatrisi. İstanbul: İthaki Yayınları, S:30.
- Atabeyoğlu C. (1991). Türk Spor Tarihi Ansiklopedisi. İstanbul: An Grafik Basım Sanayi ve Ticaret A.Ş. S:29.
- Ayan S. (2006). Şiddet ve fanatizm. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 7(2), 9.
- Aydın MB, Hatipoğlu D, Ceyhan Ç. (2008). Endüstriyel futbol çağında “tarafdarlık”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26, 289-316.
- Aycañ A, Polat E, Yılmaz U. (2009). Takım özdeşleşme düzeyi ile profesyonel futbol müsabakalarına seyirci olarak katılım kararını etkileyen değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 7(4), 169-174.
- Baran A, Taşkın E. (2017). Spor kulübünün marka kişiliğinin takımla özdeşleşme üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir çalışma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 52, 55.
- Baş M. (2008). Futbolda Tarafdar ve Takım Özdeşleşmesi (Trabzonspor Örneği). Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Bayansalduz M. (2003). Türk spor yönetiminde finansal kaynak sağlama çabalarının değerlendirilmesi. *Milli Eğitim Dergisi*, 160 (3), 51-59.
- Belk R. (1988). Possessions and the extended self. *Journal Of Consumer Research*, 15 (2), 139-168.
- Berlyne DE. (1978). Curiosity and learning. motivation and emotion, *British Journal of Psychology*, 2(2), 97-175.
- Bilgin N. (1994). Sosyal Bilimler Kavşağında Kimlik Sorunu (1.bs). İzmir: Ege Yayınları. S.20-35.
- Broomberger C. (1993). Stadyumdaki Kent, Marsilya'nın Kültürel ve Toplumsal Topoğrafyasının Aynası Olarak Olympique, (iç) Futbol ve Kültürü, Der: Horak RW, Reiter TB. İstanbul: İletişim Yayınları. S:41-56.
- Budak S. (2000). Psikoloji Sözlüğü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları. S:505.

Caha O. (1999). Spora yaslanarak bir nefes almak. *Düşünen Siyaset Dergisi*, 2, 115-125.

Çetin E. (2015). Çocuk ve gençlerin televizyonda maç izleme alışkanlıklarının spordaki şiddet eylemlerine etkileri. *International Journal of Science Culture and Sport*, 3, 830.

Cheney G, Tompkins PK. (1987). Coming to terms with organizational identification and commitment. *Central States Speech Journal*, 38(1), 1–15.

Coşkun YD, Demirel M. (2012). Üniversite öğrencilerinin yaşam boyu öğrenme eğilimleri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42, 108-120.

Dağlaroğlu R, San H. (1959). Türk Futbol Tarihi. Ankara: Türk Ticaret Bankası Yayınları. S.3.

Day HI. (1982). Curiosity and the interested explorer. *Performance & Instruction*, 21(4), 19-22.

Delaney T, Madıgan AT. (2009). Sports: Why People Love Them. America: University Press of America. S:155-156.

Demir M, Talimciler A. (2015). Şiddet, Şike ve Medya Kıskaçında Futbol ve Taraftarlık. Konya: Literatürk. S:52-53.

Demirel M, Karahan BG, Ünlü H. (2007). Farklı üniversitelerdeki spor taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri. *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1(2), 76-86.

Demirel M, Coşkun YD. (2009). Üniversite öğrencilerinin meraklılık düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(18), 111-134.

Demirel M, Karahan BG, Ünlü H. (2007). Farklı üniversitelerdeki spor taraftarlarının takımları ile özdeşleşme. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1(2), 76-86.

Dever A. (2013). Endüstriyel Futbol ve Taraftarlık: Kayseri İli Örneği. Doktora Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas.

Dever A, Korur EN. (2018). Spora Özel Merak Ölçeği (SÖMÖ) Türkçe formunun geçerlik ve güvenilirliği. *The Journal of Academic Social Science*, 73, 219-227.

Dikici ST. (2014). *Yakarız Bu Gezegeni. Futbol Siyaset ve Tribünlere Dair*. İstanbul: Carett Kitapları Tortuga. S:13.

Dursun N. (2019). İbni Tufeyl, Jean Jacques Rousseau, Bertrand Russell ve John Dewey'e Göre "Merak". Yüksek Lisans Tezi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Ağrı.

Edelman S. (1997). *Curiosity and exploration*. California State University, Northridge. Erişim: 09.12.2019, <http://www.csun.edu/~vcpsy00h/students/explore.htm>

Ekenci G, Serarslan M. (1997). Gelişim aşamaları bakımından türk spor teşkilatı değerlendirmesi. *Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 2(3), 72-81.

Eker GÖ. (2010). Futbolun dayanılmaz çekiciliği, büyülenen taraftar portresi. Fanatizm ve Beşiktaş. *Milli Folklor Dergisi*, 85, 173-182.

Erdoğan İ. (2008). Futbol ve futbolu inceleme üzerine. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26, 1-58.

Erkal EM, Güven Ö, Ayan D. (1998). *Sosyolojik Açıdan Spor*. İstanbul: Der Yayınları.

Filiz N. (2013). *Sporda Yabancılaşma*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Fisher RJ. (1998). Group-derived consumption: the role of similarity and attractiveness in identification with a favorite sports team. *Advances in Consumer Research*, 25(1), 283-288.

Fişek K. (1980). *Spor Yönetimi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Fişek K. (1983). *Devlet Politikası ve Toplumsal Yapıyla İlişkileri Açısından Dünyada ve Türkiye'de Spor Yönetimi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

- Fişek K. (1985). 100 Soruda Türkiye Spor Tarihi. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Fişek K. (1998) Devlet Politikası ve Toplumsal Yapıyla İlişkileri Açısından Spor Yönetimi. (2.bs). Ankara: Bağırhan Yapımevi.
- Fişek K. (2003). Devlet Politikası ve Toplumsal Yapıyla İlişkiler Açısından Spor Yönetimi. İstanbul: Yazı-Görüntü-Ses Yayınları.
- Freud S. (1996). Kitle Psikolojisi. İstanbul: Cem Yayınevi. S:53-70.
- Fulcher KH. (2004). Towards Measuring Lifelong Learning: The Curiosity Index. Unpublished Doctoral Dissertation, James Madison University, USA.
- Garzan G. (2009). Spor Pazarlaması Açısından Futbol Kulüplerine Taraftar Olma Nedenleri ve Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Gençay S. (2004). “Üniversite Öğrencilerinin Spor Taraftarlığıyla İlgili Davranışları Üzerine Bir Araştırma”. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Giray C. (2008). Özdeşleşme, Marka Tutumu ve Markaya Yönelik Davranışsal Eğilimler: Futbol Takımı Taraftarlığı Açısından Bir İnceleme. Doktora Tezi, Gebze Üniversitesi, Kocaeli.
- Güllü M, Güçlü M. Ortaöğretim öğrencilerinin taraftarı oldukları spor takımları ile özdeşleşmelerinin incelenmesi. 9. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi, Muğla, Özet Kitabı, 2006; 686-689.
- Günay T, Tiryaki Ş. (2003). Spor taraftarı özdeşleşme ölçeğinin (STÖÖ) geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Spor Bilimleri Dergisi*. 14(1), 14-26.
- Güneş İ. (2010). Futbol Ekonomisi. Adana: Karahan Yayınları.
- Güven Ö. (1999). Futbol Topu İle Oynamanın Bazı Kültürlerdeki Benzer Görünümleri ve Tarihsel Gelişimine Ait Bilgiler. *Düşünen Siyaset Dergisi*, 2. 95-110.
- Hatipoğlu D, Aydın MB. (2007), Bastır Ankaragücü Kent, Kimlik, Endüstriyel Futbol ve Taraftarlık. Ankara: Epos Yayıncılık. S:176-179.

Hebb DO. (1955). Drives and the C.N.S. (Conceptual nervous system). *Psychological Review*, 62(5), 243–254.

Kelimeler.gen.tr. Erişim tarihi: 02.03.2020. <https://kelimeler.gen.tr/ozdeslesme-nedir-ne-demek-244471>

Jacobson B. (2003). The social psychology of the creation of a sports fan identity. a theoretical review of the literature. *Athletic Insight The Online Journal Of Psychology*, 5(2), 24-27.

Kahraman A. (1995). Osmanlı Devleti'nde Spor". Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları. S:27.

Kaplan Y. (2004). Bir Futbol Arkeolojisi ve Felsefesi: Neo-Pagan Popüler Kültür Olarak Futbol. Ankara: Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları.

Karaköse S. (2013). Spor Yönetiminde Örgüt Kültürü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.

Karasüleymanoğlu A.(1986). Yeni Boyutlarıyla Spor. Ankara: Engin Yayınları.

Kazançoğlu İ, Baybars M. (2016). Lisanslı spor ürünlerinin algılanan değer bileşenlerinin satın alma niyeti ile ilişkisi: Türkiye'nin en büyük üç futbol kulübünün incelenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 17(1), 51-66.

Kılıcıgil E. (1985). Sosyal Çevre-Spor İlişkileri. Ankara: Bağırhan Yayınevi.

Kılıcıgil E. (1998). Sosyal Çevre- Spor İlişkileri Teori ve Elit Sporculara İlişkin Bir Uygulama. Ankara: Bağırhan Yayınevi.

Kim M, Trail S. (2015). Takımlarının lisanslı ürünleri bağlamında, takımla özdeşleşme, duygusal marka bağlılığı ve satın alma niyeti olguları arasındaki ilişkilerinin incelemeye yönelik bir uygulama. *Electronic Journal of Social Sciences*, 14(53), 57-61.

Kocacık F. (2003). Üniversite gençliğinde kimlik bunalımı: Farklılaşma ve özdeşleşme. *Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Tartışmaları Dergisi*, 1, 5-10.

Koruç Z, Acar P. (1991). Kitle Sporu ve Spor Psikolojisi. Erdemli A. (Ed.), Spor Ahlakı ve Spor Felsefesine Yeni Yaklaşımlar. İstanbul: Mega Matbaacılık.

Kozanoğlu C. (1990). Türkiye’de Futbol: Bu Maçı Alıcaz. İstanbul: Kıyı Yayınevi.

Köymen Ü. (2002). Güdüleyici öğrenme. Şimşek A. (Ed.). Sınıfta Demokrasi İçinde Ankara: Eğitim-Sen Yayınları. S:111-146.

Kuper S, Syzmanski S. (2011), Futbolun Şifreleri. (E.N. Akbağ Çev.). İstanbul: İthaki Yayınları. S: 280.

Kwak DH, Kang JH. (2009). “Symbolic purchase in sport: The roles of self-image congruence and perceived quality”. *Management Decision*, 47(1), 85- 99.

Kwon A, Armstrong MD. (2004). Review of particle physics. *Physics Letters B*. 592(14), 1-5.

Litman JA, Spielberger CD. (2003). Measuring epistemic curiosity and its diversive and specific components. *Journal of Personality Assessment*, 80(1), 75-86.

Loewenstein G. (1994). The psychology of curiosity: A review and reinterpretation. *Psychological Bulletin*, 116(1), 75-98.

Loewy EH. (1998). Curiosity, imagination, compassion, science, and ethics: do curiosity and imagination serve a central function? *Health Care Analysis*, 6, 286–294.

Macdonald T. (2002). The World of Encyclopedia of Soccer. Ohio: Lorenz Books. S:10.

Madrigal R. (2000). The influence of social alliances with sports teams on intentions to purchase corporate sponsors’ products. *Journal Of Advertising*, 29(4), 13-24.

Madrigal R. (2001). Social identity effects in a belief-attitude intentions hierarchy: implications for corporate sponsorship. *Psychology Marketing*, 18(2), 145–165.

Mahmood JR. (2016). Spor Pazarlaması Kapsamında Irak Spor Kulüplerinin Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.

Mailce (2017). Futbol Tarihi. Erişim: 06.05.2018, <https://www.mailce.com/futbol-tarihi.html>

Maw WH, Maw EW. (1968). Self-Appraisal of curiosity. *Journal of Educational Research*, 61(10), 462-465.

Nissen HW. The nature of the drive an innate determinant of behavioral organization. Nebraska Symposium on Motivation, University of Nebraska Press, 1954; S:281– 320.

Noone SM. (1994). Mandatory Versus Voluntary Adult Learners: Implications For Trainers. Unpublished Doctoral Dissertation, Oregon State University, USA.

Odabaşı Y. (1999). Tüketim Kültürü, Yetinen Toplumun Tüketen Topluma Dönüşmesi. (1. bs.). İstanbul: Sistem Yayıncılık. S:57–77.

Ongan TH, Demiröz DM. (2010). Akademik Futbol-Futbolda Rekabet Başarı İlişkisi. (1. bs.). İstanbul: Hiperlinik Yayınları. S:113.

Özkan ÖD. (2009). Saraybosna’da Futbol Taraftarlığı ve Kimlik Farklılaşması: Sarajevo ve Zeljenicar Taraftarları. Doktora Tezi Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.

Öztürk F. (1998). Toplumsal Boyutlarıyla Spor. Ankara: Bağırğan Yayımevi. S:25.

Park SH, Ha JP, Mahony D. (2014). Development and validation of a measure of sport fans specific curiosity. *Journal of Sport Management*, 28(6), 621-632.

Parker HM. (2007). The Effect of Negative Sponsor Information and Team Response on Identification Levels and Consumer Attitudes. Unpublished Ph.D. Thesis, The Ohio State University, Ohio.

Pehlivan Z. (2004). Fair play kavramının geliştirilmesinde okul sporunun önemi ve yeri. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 2(2), 49-53.

Reio TG. (1997). Effects of curiosity on socialization-related learning and job performance in adults. Unpublished Doctoral Dissertation, Virginia Polytechnic Institute and State University, USA.

Samsunspor. (2019). Samsunspor Tarihçe. www.samsunspor.org.tr. <https://www.samsunspor.org.tr/kulup.php?sayfaID=1>

- Savaş İ. (1997). Spor Genel Kültürü. İstanbul: İnkılap Kitapevi.
- Sekeran U. (1992). Research Methods for Business: A Skill Building Approach. USA: John Wiley ve Sons.
- Selçuk Z. (1996). Eğitim Psikolojisi. Ankara: Atlas Yayınevi (4. bs.). S: 59-60.
- Sert M. (2000). Gol Atan Galip. Futbola Sosyolojik Bir Bakış. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Silik CE. (2014). Uluslararası Spor Organizasyonlarının Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Etkileri: 2013 Mersin XVII. Akdeniz Oyunlarına Yönelik Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Sutton WA, McDonald MA, Milne GR. (1997). “Creating and fostering fan identification in professional sports”. *Sport Marketing Quarterly*, 6(1). 15-22.
- Şahin M. (2009). Spor Ahlakı ve Sorunları (2 bs.). İstanbul: Evrensel Basım Yayınları. S:45.
- Şen E. (2004). Top oynamak. Eğitim. *Milli Eğitim Bakanlığı Dergisi*, 5(57), 311.
- Şentürk Ü. (2007). Popüler bir kültür örneği olarak futbol. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(1), 25-41.
- Tajfel H. (1978). Differentiation between Social Groups. Study In Social Psychology Of Intergroup Relations. London: Academic Press.
- Tajfel H. (1982). “Social psychology of intergroup relations”. *Annual Review of Psychology*, 33(1), 1-39.
- Talimciler A, Balkız B, Önen E. (2011). Futbolda Taraftarlık, Fanatizm ve Şiddet (Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş ve Trabzonspor Örneği). İzmir: 108K073 Nolu Yayınlanmış Tübitak Sobag Projesi. S:24.
- Talimciler A. (2015). Sporun Sosyolojisi Sosyolojinin Spor. İstanbul: Bağlam Yayıncılık. S:116.
- Tayga Y. (1990). Türk Spor Tarihine Genel Bakış. Ankara: Spor Eğitim Daire Başkanlığı Yayınları.

Teoman Ö. (2001). “Ankara’da Amatör Futbol”, (İç) Takımdan Ayrı Düz Koştu, Der: Tanıl Bora. İstanbul: İletişim Yayınları. S: 91-106.

Trifonas PP. (2004). Umberto Eco ve Futbol (D. Kömürcü Çev.) İstanbul: Everest Yayınları. S.21.

Turgut M. (2006). Fenerbahçe Spor kulübü Örgütlü Taraftarlarının Taraftarlık Anlayışları Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

TDK (2019). Futbolun Tanımı. Erişim Tarihi: 02.11.2019. <https://sozluk.gov.tr/>

Türkiye Futbol Federasyonu Yayınları (1992). Türk Futbol Tarihi (1991-1996). İstanbul: Gül Basım Yayın A.Ş. S.3-11.

Tüzün Kİ. (2006). Örgütsel Güven, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisi; Uygulamalı Bir Çalışma. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Üçışık HF. (1999). Sporda Sorunlar ve Çözüm Önerileri. İstanbul: Ötüken Neşriyat. S:72-89.

Ünal H. (2005). The influence of curiosity and spatial ability on preservice middle and secondary mathematics teachers’ understanding of geometry. Unpublished Doctoral Dissertation, The Florida State University, Florida.

Voigt D. (1998). Spor Sosyolojisi. İstanbul: Alkım Kitabevi. S:87.

Wann DL, Branscombe NR. (1990). Die-Hard and fair-weather fans: Effects of identification on BIRGing and CORFinf Tendencies. *Journal of Sport and Social Issues*, 14(2), 103-117.

Wann DL. (1997). Sport Psychology. New Jersey: Prentice Hall Inc.

Wikipedia (2018). Samsunspor. Erişim: 10.11.2019, [https://tr.wikipedia.org/wiki/Samsunspor_\(futbol_tak%C4%B1m%C4%B1\)#20_Ocak_Facias%C4%B1](https://tr.wikipedia.org/wiki/Samsunspor_(futbol_tak%C4%B1m%C4%B1)#20_Ocak_Facias%C4%B1)

Wikipedia (2019). FIFA. Erişim: 12.1.2020,

https://tr.wikipedia.org/wiki/1930_FIFA_D%C3%BCnya_Kupas%C4%B1

Yetim AA. (2000). Sporun sosyal görünümü. *Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi Spor Bilimleri Dergisi*, 5(1), 63-72.

- Yetim A. (2011). *Sosyoloji ve Spor* (5. bs.). Ankara: Berikan Yayınevi.
- Yıldırım A. (2018). *Sporda Halkla İlişkiler*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları. S:18.
- Yılmaz E. (2002). *Futbol ve Yaşam: Türk Futboluna Sosyolojik Bir Bakış*, *Toplumbilim Futbol Özel Sayısı*. İstanbul: Bağlam Yayınları. S:15-22.
- Yılmaz M. (2011). *Samsunspor "Kırmızı Beyaz Siyah"*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yoon SJ, Choi YG. (2005). Determinants of successful sports advertisements: The effects of advertisement type, product type and sport model. *Journal of Brand Management*. 12(3), 45-51.
- Zelyurt MK. (2017). *Futbolda Şiddet ve Taraftarlık*. Ankara: Nobel Yayın.

EKLER

Ek 1: Anket

Değerli katılımcılar;

Bu anket bilimsel bir çalışma için hazırlanmıştır. Anket sonuçları, yalnızca bu amaç için kullanılacak olup, kişisel amaçlar için anket sonuçlarından yararlanılmayacaktır. Bu nedenle isminizi ve telefon numaranızı yazmanıza gerek yoktur. Lütfen tüm soruları cevaplayınız. Yardım ve katkılarınız için teşekkür ederim.

KİŞİSEL BİLGİ FORMU

- Cinsiyetiniz:** Kadın () Erkek ()
- Yaşınız:** 18 yaş altı () 18-25 yaş arası () 26-35 yaş arası ()
36-45 yaş arası () 46-55 yaş arası () 55 yaş üstü ()
- Medeni Durum:** Bekâr () Evli () Dul / Boşanmış ()
- Eğitim Düzeyi:** Okur Yazar değil () İlköğretim () Ortaöğretim ()
Ön lisans () Lisans () Lisansüstü ()
- Anne Eğitim Durumu:** Okur Yazar değil () İlköğretim () Ortaöğretim ()
Ön lisans () Lisans () Lisansüstü ()
- Baba Eğitim Durumu:** Okur Yazar değil () İlköğretim () Ortaöğretim ()
Ön lisans () Lisans () Lisansüstü ()
- Mesleğiniz:** Kamu sektörü () Özel sektör çalışanı ()
Serbest meslek () Öğrenci ()
- Aylık Gelir Düzeyi:** 1000 TL ve altı () 1001 TL – 2000 TL ()

2001 TL – 3000 TL () 3001 TL – 4000 TL () 4001 TL ve üzeri ()

Yaşadığınız Yer: Büyük Şehir () Şehir () İlçe () Köy ()

Lisanslı olarak spor yapıyor musunuz? Evet () Hayır ()

Takımınızın maçlarını nereden izlersiniz? Ev () Stadyum ()

Maç Yayını veren diğer yerler ()

Taraftarı olduğunuz takımın maçlarına ne sıklıkla gidersiniz:

Her hafta giderim () İki haftada 1 giderim () Ayda 1 giderim ()

Sezonda 1 kez giderim () Hiç gitmem ()

Bir taraftar olarak kendinizi nasıl tanımlarsınız:

Sadece taraftar () Fanatik taraftar ()

Taraftarı olduğunuz kulüp (takım) ile ilgili üyelik durumunuz:

Kulüp resmi üyeliği () Tribün grubu gibi (dernek dışı) taraftarlık grubu üyeliği ()

Taraftarlık grubu sanal internet ortamı üyeliği ()

Taraftarlık grubu resmi dernek üyeliği ()

Takımınızın lisanslı ürünlerini satın alır mısınız:

Evet sürekli alırım () Ara sıra alırım () Hayır, hiç almam ()

Takımınızın maçlarını ne sıklıkla izliyorsunuz?

İzlemem

Her zaman izlerim

1 2 3 4 5 6 7 8

Tuttuğunuz takımın deplasman maçlarına ne sıklıkla gidiyorsunuz?

Gitmem

Her zaman giderim

1 2 3 4 5 6 7 8

Ek 2: Spora Özel Merak Ölçeği

Spora Özel Merak Ölçeği (SÖMÖ) Her bir ifadeyi dikkatli bir şekilde okuduktan sonra bunu size ne derece uygun olup olmadığını ifadenin yanındaki kutucukları (rakamların üstlerini) işaretleyerek belirtiniz. Lütfen her ifadeyi bir kez işaretleyiniz ve cevaplanmamış ifade bırakmayınız.	Kesinlikle katılıyorum	Katılmıyorum	Orta Derecede Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle
Favori takımımın ilgili istatistikleri incelerim.	1	2	3	4	5
Maçları kaçırdığımda, çoğu kez televizyondan, internette ve/veya gazeteden sonuçlarına bakarım.	1	2	3	4	5
Yeni oyuncularını, takımlarını, maçlarını ve etkinliklerini arkadaşlarımla tartışmaktan keyif alırım.	1	2	3	4	5
Favori takımımın rakip takımlarını yenmek için uygulayacağı stratejiyi sık sık düşünürüm.	1	2	3	4	5
Yeni oyuncular, takımlar, maçlar ve etkinlikler hakkında makaleler okumaktan keyif alırım.	1	2	3	4	5
Spor hakkında daha fazla şey öğrenmek isterim.	1	2	3	4	5
Spor dallarında olup bitenler beni şaşırtır.	1	2	3	4	5
Spor dallarını merak ederim.	1	2	3	4	5
Ürünlerin nasıl üretildiğini görmek için favori sporumla ilgili bir spor malzemesi fabrikasını ziyaret etmek hoşuma giderdi.	1	2	3	4	5
Yeni bir stadyum inşa etmenin maliyetini öğrenmek ilgimi çeker.	1	2	3	4	5
Bir stadyum ne kadar büyük olduğunu merak ederim.	1	2	3	4	5

Ek 3: Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği

1. Tuttuğunuz takım 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 güçlü 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?

Önemli değil

Çok önemli

1 2 3 4 5 6 7 8

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

Nefret etmem

Çok nefret ederim

1 2 3 4 5 6 7 8

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

Hiç

Her zaman

1 2 3 4 5 6 7 8

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Abdurrahim KILIÇ
Doğum Yeri : SAMSUN
Doğum Tarihi : 29/01/1990
E-posta : abdurrahimkiloc_55@hotmail.com
İletişim Bilgileri : 05436100519

Öğrenim Durumu:

Derece	Bölüm/ Program	Üniversite	Yıl
Lisans	Spor Yöneticiliği	19 Mayıs Üniversitesi	2016
Y. Lisans	Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı	Ordu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü	2020