

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
KIRIKKALE ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**SÜPER LİG FUTBOL TAKIM TARAFTARLARININ TAKIMLARINA
YÖNELİK PSİKOLOJİK BAĞLILIK DÜZEYLERİ İLE FANATİZM
DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Ahmet YIKILMAZ

BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

**DANIŞMAN
Yrd. Doç. Dr. Mehmet ÖÇALAN**

2017-KIRIKKALE

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
KIRIKKALE ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**SÜPER LİG FUTBOL TAKIM TARAFTARLARININ TAKIMLARINA
YÖNELİK PSİKOLOJİK BAĞLILIK DÜZEYLERİ İLE FANATİZM
DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Ahmet YIKILMAZ

BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

**DANIŞMAN
Yrd. Doç. Dr. Mehmet ÖÇALAN**

2017-KIRIKKALE

KABUL VE ONAY

Kırıkkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü
Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı

Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı Doktora Programı çerçevesinde yürütülmüş olan “Süper Lig Futbol Takım Taraftarlarının Takımlarına Yönelik Psikolojik Bağlılık Düzeyleri İle Fanatizm Düzeyleri Arasındaki İlişkinin incelenmesi” isimli çalışma aşağıdaki jüri üyeleri tarafından Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi 20/06/2017

İmza

Doç.Dr.Oğuzhan YONCALIK
Kırıkkale Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi
Jüri Başkanı

İmza

Doç.Dr.İlhan
ADİLOĞULLARI
Çanakkale Onsekiz Mart
Üniversitesi, Beden Eğitimi ve
Spor Yüksekokulu
Üye

İmza

Yrd.Doç.Dr.Mehmet ÖÇALAN
Kırıkkale Üniversitesi, Spor
Bilimleri Fakültesi
Üye

İmza

Yrd.Doç.Dr. Mehmet Ali
ÖZTÜRK
Iğdır Üniversitesi, Beden
Eğitimi ve Spor Yüksekokulu
Üye

İmza

Yrd.Doç.Dr. Fikret ALINCAK
Gaziantep Üniversitesi, Beden
Eğitimi ve Spor Yüksekokulu
Üye

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	IV
İÇİNDEKİLER	V
ÖNSÖZ	VII
SİMGELER VE KISALTMALAR	VIII
ŞEKİLLER	IX
ÇİZELGELER	X
ÖZET	XII
SUMMARY	XIII
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Amacı	1
1.2. Araştırmanın Hedefi	1
1.3. Varsayımlar	2
1.4. Sınırlılıklar	2
1.5. Hipotezler	2
1.6. Bağlılık	3
1.6.1. Psikolojik Bağlılık	4
1.6.2. Örgütsel Bağlılık Kavramı	11
1.7. Taraftar	28
1.7.1. Sporda Taraftarlık	29
1.8. Fanatizm ve Holiganizm	33
1.9. Şiddet	35
1.10. Futbol ve Şiddet	36
1.10.1. Dünyada Futbol ve Şiddet	38
1.10.2. Türkiyede Futbol ve Şiddet	39
1.10.3. Şiddete Karşı Alınan Önlemler	40
2. GEREÇ VE YÖNTEM	43
2.1. Araştırmanın Modeli	43
2.2. Evren ve Örneklem	43
2.3. Veri Toplama Araçları	44
2.3.1. Takıma Psikolojik Bağlılık Ölçeği (TPBÖ)	44
2.3.2. Futbol Taraftarı Fanatik Olma Ölçeği (FTFOÖ)	44
2.4. Verilerin Toplanması	45
2.5. Verilerin Analizi	46
3. BULGULAR	48
3.1. Demografik Bilgiler	48
3.2. Takıma Psikolojik Bağlılık Ölçeği (TPBÖ) Güvenirlik ve Faktör Analizleri	56
3.3. Futbol Taraftarı Fanatik Olma Ölçeği (FTFOÖ) Güvenirlik ve Faktör Analizleri	59
3.4. Parametrik Testlerin Sonuçları	61
3.4.1. TPBÖ sonuçları	61
3.4.2. FTFOÖ Sonuçları	65
3.5. TPBÖ ile FTFOÖ arasındaki İlişkinin İncelenmesi	69
4. TARTIŞMA SONUÇ	71
4.1. Demografik Verilerle İlgili Sonuçlar	71
4.2. Faktör ve Güvenirlik Analizleri Sonuçları	74

4.2.1. TPBÖne Ait Sonuçlar	74
4.2.2. FTFOÖne Ait Sonuçlar.....	75
4.3. Parametrik Testlerin Sonuçları	75
4.4. TPBÖ ve FTFOÖ Arasındaki İlişkiyel Sonuçlar	80
4.5. Öneriler.....	81
5. KAYNAKLAR.....	83
6. ÖZGEÇMİŞ.....	95
7. EKLER.....	96
EK-I Kişisel Bilgiler	96
EK-II Takıma Psikolojik Bağlılık Ölçeği.....	97
EK-III Futbol Taraftarı Fanatik Olma Ölçeği.....	98



ÖNSÖZ

Dünyanın en yaygın spor branşı olan futbol günümüzde dev bir ekonomiye ulaşmıştır. Dünya futbol endüstrisinin büyüklüğü günden güne artmaktadır. Her transfer döneminde yaklaşık olarak 200 milyar euro gibi bir rakamın (Capital, 2016) döndüğü bu piyasanın değeri artık birçok ülkenin yıllık gelirini bile geçmiş durumdadır. Türkiye de bu pastada 1 milyar euro gibi bir paya sahiptir (Milliyet, 2016). Son yapılan yayın ihalesinde Türkiye Süper Lig yayın hakkı için 600 milyon euro rakam verilerek yayın hakkı alınmıştır. Dünyanın en çok izlenen spor dalı olan ve böylesine yüksek rakamların döndüğü futbol dünyası doğal olarak takımlarına aşırı bağlılık veya fanatiklik seviyesinde taraftar gruplarını da içerisinde barındırmaktadır. Bu nedenle araştırma taraftarların takımlarına psikolojik bağlılıklarının ve fanatiklik seviyelerinin incelenmesi adına gerçekleştirilmiştir.

Doktora eğitimime başladığım andan itibaren ve tez çalışmam süresince bilgi ve birikiminden yararlandığım ve tezimin her aşamasında bana yardımcı olan değerli danışmanım Yrd. Doç.Dr. Mehmet ÖÇALAN hocama teşekkürlerimi sunarım. Tez çalışmamdaki istatistik bilgisinden yararlandığım Yrd. Doç. Dr. Mehmet Ali ÖZTÜRK hocama, tez çalışmam boyunca anketlerin taraftarlarımıza ulaşması, eksiksiz doldurulması gibi durumlarda bana yardımcı olan Eyyüp SARIKOL kardeşime destekleri için teşekkürlerimi sunuyorum. Gerek hayatım, gerekse eğitimim boyunca her anlamda yanımda hissettiğim, moral ve motivasyona ihtiyaç duyduğum her an yanımda gördüğüm değerli aileme ve kıymetli eşime teşekkür ederim.

SİMGELER VE KISALTMALAR

FIFA: Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği

CAF: Afrika Futbol Konfederasyonu

AFC: Asya Futbol Konfederasyonu

UEFA: Avrupa Futbol Konfederasyonu

CONMEBOL: Güney Amerika Futbol Konfederasyonu

CONCACAF: Kuzey ve Orta Amerika ve Karayipler Futbol Federasyonu

OFC: Okyanusya Futbol Konfederasyonu

TPB: Takıma Psikolojik Bağlılık

TPBÖ: Takıma Psikolojik Bağlılık Ölçeği

FTFO: Futbol Taraftarı Fanatiklik Olma

FTFOÖ: Futbol Taraftarı Fanatiklik Olma Ölçeği

PCT: The Psychological Commitment to Team

ŞEKİLLER

- Şekil 3.1. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Yüzde-Frekans Dağılımları.....48
- Şekil 3.2. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Yüzde-Frekans Dağılımları.....49
- Şekil 3.3. Katılımcıların Düzenli Spor Yapıp Yapmadıklarına Göre Yüzde-Frekans Dağılımları.....49
- Şekil 3.4. Katılımcıların medeni durumları ve cinsiyetlerine göre düzenli spor yapıp yapmadıklarına dair yüzde-frekans dağılımları.....50
- Şekil 3.5. Katılımcıların destekledikleri takımlara göre yüzde-frekans dağılımları...51
- Şekil 3.6. Katılımcıların medeni durumları ve cinsiyetlerine göre destekledikleri takımların frekans-yüzde dağılımları.....51
- Şekil 3.7. Katılımcıların gelir seviyelerine göre yüzde-frekans dağılımları52
- Şekil 3.8. Katılımcıların medeni durumları ve cinsiyetlerine göre gelir seviyelerinin yüzde-frekans dağılımları.....53
- Şekil 3.9. Katılımcıların eğitim durumlarına göre yüzde-frekans dağılımları54
- Şekil 3.10. Katılımcıların medeni durumları ve cinsiyetlerine göre eğitim durumlarının yüzde frekans dağılımları54
- Şekil 3.11. Katılımcıların yaş aralıklarına göre yüzde-frekans dağılımları56

ÇİZELGELER

Çizelge 3.1. Katılımcıların yaş aralıklarına göre yüzde-frekasn dağılımlarılımcıların yaşa göre yüzde frekans dağılımları.	55
Çizelge 3.2. TPBÖ KMO ve Barlett Küresellik Tesi Sonuçları.....	56
Çizelge 3.3. TPBÖ Faktör Yük Değerleri.....	57
Çizelge 3.4. TPBÖ Anti İmaj Korelasyon Matriksi	58
Çizelge 3.5. TPBÖ Alt boyutlar ve ölçeğin tümü için Cronbach Alpha, Spearman Brown ve Split Half Korelasyonları	58
Çizelge 3.6. FTFOÖ KMO ve Barlett Küresellik Tesi Sonuçları	59
Çizelge 3.7. FTFOÖ Faktör Yük Değerleri.....	59
Çizelge 3.8. FTFOÖ Anti İmaj Korelasyon Matriksi	60
Çizelge 3.9. FTFOÖ Alt boyutlar ve ölçeğin tümü için Cronbach Alpha, Spearman Brown ve Split Half Korelasyonları	60
Çizelge 3.10. Katılımcıların cinsiyetlerine göre takımlarına psikolojik bağılıklarının karşılaştırıldığı bağımsız örneklem t-testi.....	61
Çizelge 3.11. Katılımcıların medeni durumlarına göre takımlarına psikolojik bağılıklarının karşılaştırıldığı bağımsız örneklem t-testi	61
Çizelge 3.12. Düzenli spor yapan ve yapmayan katılımcıların takımların psikolojik bağılıklarının karşılaştırıldığı bağımsız örneklem t-testi	62
Çizelge 3.13. Katılımcıların gelir seviyelerine göre takımlarına psikolojik bağılıklarının karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA)	62
Çizelge 3.14. Katılımcıların destekledikleri takımlara göre takımlarına psikolojik bağılıklarının karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA)	63
Çizelge 3.15. Katılımcıların eğitim durumlarına göre takımlarına psikolojik bağılıklarının karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA)	64

Çizelge 3.16. Katılımcıların yaş gruplarına göre takımlarına psikolojik bağlılıklarının karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA)	65
Çizelge 3.17. Katılımcıların cinsiyetlerine göre fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı bağımsız örneklem t-testi	65
Çizelge 3.18. Katılımcıların medeni durumlarına göre fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı bağımsız örneklem t-testi	66
Çizelge 3.19. Düzenli spor yapan ve yapmayan katılımcıların fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı bağımsız örneklem t-testi	66
Çizelge 3.20. Katılımcıların gelir seviyelerine göre taraftarların fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA)	67
Çizelge 3.21. Katılımcıların destekledikleri takımlara göre fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA)	67
Çizelge 3.22. Katılımcıların eğitim durumlarına göre fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA)	68
Çizelge 3 23. Katılımcıların yaş gruplarına göre fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA)	69

ÖZET

Bu çalışmada “Süper Lig Futbol Takım Taraftarlarının Takımlarına Yönelik Psikolojik Bağlılık Düzeyleri İle Fanatizm Düzeyleri Arasındaki İlişkinin incelenmesi” amaçlanmıştır. Araştırmada tarama modeli ve ilişki tarama modelleri kullanılmıştır. Toplam 942 kişi araştırmada yer almış ve bunlardan 707si (%75) erkek, 235i (%24,9) ise kadın katılımcılardan oluşmuştur. Araştırmada Takıma Psikolojik Bağlılık (TPBÖ) ve Futbol Taraftarı Fanatik Olma Ölçeği (FTFOÖ) olmak üzere 2 ölçek kullanılmış, ölçeklerin araştırmada kullanılabilirliğinin test edilmesi amacıyla ölçeklere faktör analizi ve güvenirlik analizleri uygulanmıştır. TPBÖ için takım değişikliğine direnç, takıma duyulan sadakat ve sadakati sorgulama olmak üzere 3 faktör ve bu faktörlerin toplam varyansa %53,980 oranında katkısı tespit edilmiş ve ölçeğin iç tutarlılığı Cronbach’s Alpha: 0.751, Spearman-Brown Korelasyonu: 0.705 ve Guttman Split Half Korelasyonu ise 0.785 olarak bulunmuştur. FTFOÖ için şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi ve kurumsal aidiyet olmak üzere 2 faktör ve bu faktörlerin toplam varyansa %56,702 oranında katkısı tespit edilmiş ve ölçeğin iç tutarlılığı Cronbach’s Alpha: 0.771, Spearman-Brown Korelasyonu: 0.733 ve Guttman Split Half Korelasyonu ise 0.756 olarak bulunmuştur. TPBÖ için katılımcıların cinsiyetlerine göre karşılaştırıldığı bağımsız örneklem t-testi ve eğitim durumlarına göre takımlarına psikolojik bağlılıklarının karşılaştırıldığı tek tek yönlü varyans analizleri sonucunda tüm boyutlarda $p < 0.05$ düzeyinde anlamlılık tespit edilmiştir. FTFOÖ için katılımcıların cinsiyetlerine göre fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı t-testi, eğitim durumlarına ve destekledikleri takımlara göre fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizleri sonuçlarına göre tüm alt boyutlar için $p < 0.05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir. Katılımcıların takımlarına psikolojik bağlılık seviyelerinin fanatiklik seviyelerine etkisinin incelenmesi sonucunda takım değişikliğine direnç, takıma duyulan sadakat ve sadakati sorgulama alt boyutlarının şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi alt boyutu arasında sırasıyla $r = 0.494$; 0.571 ; 0.485 olmak üzere orta düzeyde pozitif ilişki ve yine takım değişikliğine direnç, takıma duyulan sadakat ve sadakati sorgulama alt boyutlarının kurumsal aidiyet alt boyutu arasında sırasıyla $r = 0.591$; 0.669 ; 0.571 olmak üzere orta derecenin biraz üzerinde pozitif ilişki tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Futbol, Taraftar, Psikolojik Bağlılık, Fanatizm

SUMMARY

In this study, it was aimed to “**Investigate of the Relationship Between the Levels of Psychological Commitment and Levels of Fanaticism Super League Football Teams Fans to Their Teams.**” Totally 942 people participated in the research, which 707 of them are male participants (%75.1) and 235 female participants (% 24.1). In the study two scales were used: Psychological Commitment to Team and Being Football Fanaticism. In order to test the functionality of the scales in the research, it is factor and reliability analysis on them. For psychological commitment it is used the following three factors: The resistance trying to change the team, the loyalty to the team and the questioning this loyalty. And it is seen that these factors affect the variant %53.980 totally and the internal validity of the scale for Cronbach Alpha test 0.751, Spearman-Brown Correlation 0.733 and Guttman Split Half Correlation 0.756. For Psychological Commitment to Team Scale, independent sample t-test applied in order to compare the attendants related to their gender and their educational level, the result of one way variant analysis shows that they have $p < 0.05$ relationship in all levels. For Being Football Fanaticism Scale, in the t-test compared the fanaticism levels of participants, to the results of one way analysis for all sub levels, in $p < 0.05$ level a meaningful difference is observed. In the result of the research on the psychological commitment level to the teams of the participants on influencies to their fanaticism level, between the sub levels of the resistance of changing their teams-the loyalty to the team-questioning the loyalty to their teams and the sub level of verbal and actional violence tendency, in order, $r = 0.494-0.571-0.485$ average level positive relationship is observed and also between psychological commitment level to the team - questioning the loyalty to their teams-the resistance changing their teams and a sense of belonging to a place, in order, $r = 0.591-0.669-0.571$ level relationship which is above slightly over average positively.

Key Words: Football, Fan, Loyalty, Psychological Commitment, Fanaticism

1. GİRİŞ

1.1. Araştırmanın Amacı

Futbolun çok geniş kitlelerce takip edilmesi ve artık sporun yanı sıra bir endüstriye dönüşmesi sonucunda yıllar içerisinde taraftarların yapısında da değişiklik olmuştur. Eskiden taraftarlar yan yana maç izleyebilirken artık günümüzde yan yana maç izlemek bir yana bazı müsabakalarda deplasman takımı taraftarları yer alamaz hale geldi.

Alan yazında taraftarların takımlarına psikolojik bağlılık ve fanatizm seviyeleri üzerine birçok çalışmaya rastlanmaktadır. Örneğin Daniel ve arkadaşları (2000), Yine Harry ve arkadaşları (2003) takıma psikolojik bağlılık üzerine çalışmalar gerçekleştirmişlerdir. Yine Tachis ve Tzetsiz (2015) taraftarların takımlarına psikolojik bağlılık seviyeleri ile ilgili bir araştırma gerçekleştirmiştir. Fanatizm üzerine Fernando ve arkadaşları (2016), taraftar ve fanatizm üzerine Shank ve Beasley (1998) konu ile ilgili çeşitli araştırmalar yapmışlardır. Ancak taraftarların takımlarına olan psikolojik bağlılıklarının fanatizm düzeyleri ile ilişkisinin incelendiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu alanda açığı kapatılmak, taraftarların takımlarına olan bağlılıkları ve fanatizm düzeyine incelemek ve bu iki değişken arasında pozitif veya negatif ilişkinin var olup olmadığını belirlemek amacıyla bu araştırma gerçekleştirilmiştir.

1.2. Araştırmanın Hedefi

Araştırmamızın amacı doğrultusunda taraftarların takımlarına olan psikolojik bağlılıklarının ve fanatizm düzeylerinin yaş, cinsiyet, medeni durum, gelir durumu gibi değişkenler kullanılarak belirlenmesi ve ayrıca taraftarların psikolojik bağlılık düzeyleri ile fanatizm düzeyleri arasında pozitif veya negatif bir ilişkinin olup olmadığının incelenmesi bu çalışmanın hedefleri arasındadır. Yine ortaya çıkacak sonuca göre ileride alanla ilgili araştırma yapmak isteyen araştırmacılara kaynak

olması ve ayrıca uygulayıcılara bu sonuçların ulaştırılarak uygulama aşamasında da bu araştırmadan faydalanmalarının sağlanması araştırmanın hedeflerindedir.

1.3. Varsayımlar

- Araştırmada kullanılan ölçeklerin katılımcılar tarafından düzgün ve dürüst bir şekilde doldurulduğu varsayılmıştır.
- Araştırmada kullanılan ölçme araçlarının araştırmanın amacına hizmet edeceği varsayılmıştır.

1.4. Sınırlılıklar

- Araştırma Beşiktaş, Fenenerbahçe, Galatasaray ve Trabzonspor taraftarları ile sınırlandırılmıştır.
- Anket uygulaması İstanbul, Ankara ve Trabzon illeri ile sınırlı tutulmuştur.

1.5. Hipotezler

Araştırma ile ilgili hipotezler oluşturulurken katılımcıların Takıma Psikolojik Bağlılık Ölçeği (TPBÖ) ve Futbol Taraftarı Fanatik Olma Ölçeğine (FTFOÖ) vermiş oldukları cevaplar göz önünde bulundurulmuş ve aşağıdaki hipotezler kurularak sonuçlar bulgular bölümünde bu hipotezlere göre yorumlanmıştır:

H0: Katılımcıların medeni durumlarına göre TPBÖ ve FTFOÖnden almış oldukları puanlarda fark yoktur.

H1: Katılımcıların medeni durumlarına göre TPBÖ ve FTFOÖnden almış oldukları puanlarda fark vardır.

H2: Katılımcıların cinsiyetlerine göre TPBÖ ve FTFOÖnden almış oldukları puanlarda fark yoktur.

H3: Katılımcıların cinsiyetlerine göre TPBÖ ve FTFOÖnden almış oldukları puanlarda fark vardır.

H4: Katılımcıların eğitim seviyelerine göre TPBÖ ve FTFOÖnden almış oldukları puanlarda fark yoktur.

H5: Katılımcıların eğitim seviyelerine göre TPBÖ ve FTFOÖnden almış oldukları puanlarda fark vardır.

H6: Katılımcıların destekledikleri takıma göre TPBÖ ve FTFOÖnden almış oldukları puanlarda fark yoktur.

H7: Katılımcıların destekledikleri takıma göre TPBÖ ve FTFOÖnden almış oldukları puanlarda fark vardır.

H8: Taraftarların takımlarına psikolojik bağlılık düzeyleri ile fanatizm düzeyleri arasında pozitif veya negatif ilişki yoktur.

H9: Taraftarların takımlarına psikolojik bağlılık düzeyleri ile fanatizm düzeyleri arasında pozitif veya negatif ilişki vardır.

1.6. Bağlılık

Bağlılıkla ilgili çalışmalara ve kavramlara son yirmi yılda bakıldığında en önemli gelişmelerin bağlılığın çok boyutlu ve farklı odaklara yönelik olarak kavramsallaştırılması olduğu gözlemlenmektedir (Wasti, 2008). Bağlılık yönetim ve özellikle örgütsel davranış literatüründe çok yönlü ve karmaşık bir olgudur. Bu kavram uzun yıllardır tartışılmasının yanısıra asla güncelliğini yitirmemiş hatta ortaya çıkan farklı mesleki tanımları ve farklı bakış açıları bağlamında temel çalışma alanlarından birisi olmaya devam etmektedir (Blau, 2001: 280). Birçok araştırmacı endüstriyel psikoloji, endüstriyel sosyoloji, iş idaresi ve kamu yönetimi ve örgütsel davranış gibi alanlardaki bağlılık kavramına olan ilgileri nedeniyle çalışmalar yapmaktadır(Cohen, 2007: 3).

Çermik ve arkadaşları, (2010: 202) bağılılığı değer verilen bir ilişkiyi uzun süreli sürdürme istekliliği veya bireyi belirli bir amaca yönelik davranmaya yönelik iten güç olarak tanımlamışlardır. Bu tanımlara dayanılarak çalışanların bağılılık göstermesine yol açan dört adet yan bahis kaynağının olduğunu belirtilmiştir. Bunlar şu şekilde özetlenmektedir (İnce ve Gül, 2005: 51-52):

1- *Toplumsal beklentiler*: Birey, toplumun beklentilerinin sosyal ve manevi yaptırımları nedeniyle davranışlarını sınırlayan bazı yan bahislere girebilmektedir. Sık sık meslek değiştiren bireylere toplumda güvenilir gözüyle bakılmamasını bu tür toplumsal baskılara örnek olarak göstermek mümkün olabilmektedir.

2- *Bürokratik düzenlemeler*: Emeklilik aylığı için her ay aylığından bir miktar kesinti yapılan bir birey meslekten ayrılmak istediğinde, yıllardır aylığından kesilen ve hakkı olan bu parayı kaybedeceğini ve emekli aylığını alamayacağını düşünmektedir. Emekli aylığı ile ilgili bu bürokratik düzenleme bireyi bir yan bahise sokmaktadır.

3- *Sosyal Etkileşimler*: Birey, başkalarıyla ilişki içindeyken kendisiyle ilgili bir kanaatin yerleşmesini sağlamakta ve bu kanaatin bozulmaması için ona uygun davranışlar sergilemek durumunda kalmaktadır.

4- *Sosyal roller*: Yan bahisler, bireyin bulunduğu sosyal role alışmış ve uyum sağlamış olmasından kaynaklanabilmektedir. Böyle bir durumda birey, sosyal rolünün gereklerini yerine getirmeye o kadar alışmaktadır ki, artık başka bir role uyum sağlayamamaktadır.

1.6.1. Psikolojik Bağılılık

Psikolojik bağılılık ve sadakat üzerine birçok organizasyon çeşitli çalışmalar yapmıştır. Spor yönetimi ve pazarlama (Mahony ve arkadaşları 2000; Trail ve James, 2001), boş zaman bilimleri (Gahwiler ve Havitz, 1998), tüketici araştırmaları (Crosby ve Taylor, 1983), insan ilişkileri gibi birçok özel alanda psikolojik bağılılık ile ilgili örnekler bulabilmek mümkündür (Gaertner ve Nollen, 1989). Hatta bazı

çalışmalarda bağlılık ve sadakat birbirinin yerine kullanılırken Pritchard ve arkadaşları (1992) iki kavramın birbirinden farklı olduklarını öne sürmüşlerdir.

Fichman ve Levinthal (1991) psikolojik bağlılığı, süreçleri destekleyecek yeterince objektif kanıt olmasa bile kişilerin psikolojik obje, psikolojik nesne veya psikolojik olaylarla ilgili bireysel karar verme sürecinin derecesi olarak tanımlanmaktadır. Yine Fichman ve Levinthal (1991), psikolojik bağlılığı; psikolojik bir nesneye, psikolojik bir konuyu ya da süreci desteklemek için yeterli objektif kanıt olmadığında bile psikolojik bir işleme yönelik belirli bir karar verme süreci olarak tanımlamışlardır. Backman ve Crompton (1991) sadakatin tutumsal bileşeni olarak psikolojik bağlılıktan bassetmişlerdir. Iwasaki ve Havitz (1998) ise tüm kişisel ve sosyal durum faktörlerinin bireylerde psikolojik bağlılığın ortaya çıkmasını etkilediği sonucuna varmışlardır.

Literatürde psikolojik bağlılıkla ilgili bilgiler sınırlı olsa da Gahwiller ve Havitz (1998) Bir bireyin duygusal bağlılığının, özgürce seçilen tercihler ile bilişsel yapının göze çarpan algıları arasında ilişkili olduğunu belirterek, psikolojik bağlılık için boyutları operasyonel hale getirdi. Ayrıca, bireyin kaderini belirlemesi ve temel değerleri kendi tercihi ile ilgili olduğu zaman psikolojik bağlılığın en üst düzeye çıktığını ve bu durumda motivasyonel bir konum için söz konusu varlığın var olduğunu savunmuşlardır.

Buna ek olarak, psikolojik bağlılık, kişinin kendine güvenini, değerlerini ve bu seçimle ilgili bilgiyi bir araya getirerek yansıttığı özgür seçimler olarak tanımlanabilir ve davranışsal bir sadakat yaratır (Shamir, 1988). Daha spesifik olarak, psikolojik bağlılık derecesinin frekans, oran ve katılma olasılığı gibi işlevlerle artırılabilceği belirtilmiştir (Pritchard, Howard ve Havitz, 1992).

Spor pazarlaması literatüründe psikolojik bağlılık, farklı spor türlerine sahip birçok araştırmacı tarafından incelenmiştir. Mahony ve arkadaşları, (2000), spor izleyicilerin bakış açılarıyla ilgili psikolojik bağlılığın geliştirilmesi için bir ölçek geliştirmiş ve desteklenen kulüplerin gösterdikleri konumlarını ve duygusal bağlılıklarının derecelerini incelemiştir. Psikolojik bağlılığın boyutlarını, bu

çalışmada daha ayrıntılı olarak incelenecek özdeşleştirme, psikolojik sadakat ve bilgi olarak açıkladılar.

Öte yandan Kwon ve Trail (2005), tek ölçekli önlemlerin uygulanabilirliğini belirlemek için Psikolojik Bağlılık Takım Ölçeği ve Takım Kimliklendirme İndeksi kullandı ve bu nedenle her iki ölçeğin de kullanılabilir olduğunu belirtmişlerdir.

Spor izleyicilerinin sadakatının normal pazarlara göre farklı olduğu iyi bilinmektedir. Tekrarlanan satın alma davranışları, sürekli devam etmeleri ve destekledikleri spor kulüplerine ekonomik katkıda bulunma hissi organizasyonlar için oldukça yararlıdır. Buna ek olarak, taraftar cazibesinin psikolojik bağlılık üzerinde pozitif doğrudan etkiye sahip olduğu da bilinmektedir. Taraftar cazibesiyle birlikte, izleyici katılımının, değişime karşı direnci artıran ve dolayısıyla daha yüksek derecede davranışsal sadakati tehlikeye atan psikolojik bağlılık ile doğrudan ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Bee ve Havitz, 2010).

Ancak futbol stadında kalabalık oluşturan tüm insanlar bağlı taraftar olarak değerlendirilmemektedir. Takıma bağlı taraftarlar kendilerini tanımlarken, kulübün geçmiş tarihi ve şu anki durumu hakkında bilgi sahibi ve kulüp ile ilgili her şeye bağlılık hissetmekte olduklarını bildirmişlerdir. Bağlı taraftarlar kulübün müsabakaları kazanması veya kaybetmesi gibi her iki durumdan da etkilenirler ve sonuç ne olursa olsun kendilerini kulüplerine adarlar. Dolayısıyla genel anlamda kulübüne bağlı bir taraftardan, davranışsal sadakati, duygusal bağlılık davranışları göstermesini, bir tehdit oluşursa destekledikleri kulüplerini savunmak için satın alma ve bilgiyi tekrar etmesi beklenir (Wann ve Brascombe, 1990).

1.6.1.1. Özdeşleştirme

Özdeşleştirme psikolojik bağlılığın boyutlarından birisidir. Bu terim, psikolojik bağlılığın geliştirilmesi ve diğer değişkenler üzerindeki etkilerin ve etkinin ölçülmesi için son derece önemlidir.

Özdeşleştirmeyi açıklamadan önce toplumsal kimlik teorisini incelemek faydalı olacaktır. Daha önceki alan yazında Tajfel (1982) toplumsal kimliği, "bir toplumsal gruba üye oldukları bilgisi ve bu üyeliğe verilen duygusal önem ile birlikte türetilen bireylerin benlik kavramının bir parçası" olarak tanımlamıştır. Hogg ve arkadaşları (1995) sosyal teoriyi, bir bireyin sosyal bir grubun ya da grupların bir parçası olmak için bilişsel kararının kendi sosyal kimliğinin bir bölümünü tanımlamıştır. Bu gruplardaki bireylerin üyeliği gerçekte algılanan değerlerin ifadesidir. Ayrıca, belirli sosyal gruplara üye olma kararı veren toplumsal kimliklerin yalnızca tanımlayıcı ve kuralcı olmadığını, ancak değerlendirmeye açık olduklarını da belirtmişlerdir. Bu nedenle araştırmacılar, bu sonuçların, grupların ve üyelerin, özellikle grubu destekleyenlerin, grup içi ve grup dışı kararları almak için yeni davranış stratejileri düzenlemeye istekli olduklarını önermektedir (Hogg, Terry, ve White, 1995).

Literatürdeki mevcut yapıda; Özdeşleştirme birçok araştırmacı tarafından müşteri davranışları, spor ve takıma bağlılık gibi birçok faktörde belirleyici bir faktör ve rekabet avantajı aracı olarak kullanılmıştır. Genel anlamda özdeşleştirme, Mael ve Ashforth (1992) tarafından bireylerin üye olduğu organizasyona uygun olarak kendini tanımlamayı tercih etmeleri olarak tanımlamışlardır. Dutton ve ark. (1994) örgütsel özdeşleştirmeyi, çalışanların organizasyonla özelliklerinin eşleşmesi olarak tanımlamışlardır. Öte yandan, bir organizasyona karşı olumlu bir özdeşleştirmenin gerekli rekabet avantajı kaynağı haline geldiği bilinmektedir (Berger, Cunningham ve Drumwright, 2006).

Alanyazında birçok araştırmacı takım özdeşleştirmesi üzerine odaklanmıştır. Geniş anlamda takım özdeşleştirmesi, genişleyen bir toplumsal yapıya aidiyet ve bağlılık yaratan taraftarlar için psikolojik bir ek olarak tanımlanmıştır (Wann ve Branscombe, 1991). Öte yandan Sutton ve ark. (1997) takım özdeşleştirmesinin, bir tüketici tarafından bir spor organizasyonuna yöneltilen kişisel bağlılık ve katılım olduğunu tanımlamıştır. Van der Veegt ve Bunderson (2005) takım özdeşleştirmesini, grubun üyeleri tarafından belirli bir gruba gösterilen önemli duygusal değer olarak belirtmiştir.

Bununla birlikte taraftarların birçoğu, hangi gruba ait olduğunu göstermek için kulübünün renklerini barındıran kıyafetler giymektedirler (Carlson ve Donovan, 2013). Bu taraftarlar, bağlı kuruluşlarının kararlarını sosyal hayatlarına yansıtmaya eğilimlidirler. Örneğin, Walker ve Kent (2009) bu taraftarların birçoğunun takımlarının katıldığı veya örgütlediği kurumsal sosyal sorumluluk projelerine katılmaktan endişe ettiğini tespit etmişlerdir.

Birçok taraftar kulüplerine olan sadakatlerini saygılarıyla göstermektedir ancak nihayetinde her insanın desteklediği kulüğü ile özdeşleştirilmesi de mümkün değildir. Bu nedenle Wann ve Branscombe (1990), taraftarları tutkulu ve sakin olmak üzere sınıflandırmışlardır. Tutkun taraftarlar, müsabakaların sonuçlarını kişisel yaşamlarına taşırlar ve bu kazanma veya kaybetmeye dair karşılaşmaları uzun süre hatırlarlar ve değişiklikler için cazibe merkezi olarak daha katı konuma gelirler. Öte yandan sakin taraftarlar ise, oyun sonuçlarını kendi kişisel başarıları veya başarısızlıkları olarak yansıtmaya fazla istekli değiller ve değişikliklere daha yatkınlar. Sutton ve arkadaşları (1997), taraftarların özdeşleştirme düzeylerini düşük, orta ve yüksek olarak sınıflandırmıştır. Yüksek özdeşleştirilmiş taraftarların, kulübün lisanslı ürünlerini satın alarak, oyunlara katılmakla ve sosyal çevrelerinde davranışsal sadakati göstermekle (Mahony, Madrigal ve Howard, 2000) mali katkıda bulunmaya daha istekli olduklarını açıkça belirtir. Yüksek özdeşliğe sahip taraftarlar takımlarının kazanması durumunda pozitif duygulara sahip olurken takımlarının kaybetmesi durumunda ise depresyon ve dengesizlik gibi negatif ve agrasif davranışlara sahip olabilmektedirler. (Wann ve Branscombe, 1991; Wann ve Weaver, 2009).

1.6.1.2. Psikolojik Sadakat

Psikolojik bağlılığın ikinci boyutu olarak ele alınacak kavram psikolojik sadakattir. Nispeten postmodern bir kavram olan sadakat, genellikle, bir nesnenin, organizasyonun veya konunun bireyin organik bağının belirleyici bir faktörü olarak kullanılır. Yine de psikolojik sadakat, bir bireyin toprak, bayrak, din ve kültür gibi temel kavramlarla olan bağlantısını tanımlar ve belirler.

Spor pazarlama literatüründe bağlılık ve sadakat kavramları birbirinin yerine kullanılır. Sadakat ve bağlılık arasındaki güçlü bir ilişki vardır ve bu kavramların tanımlanmasında bu ilişkinin sonucu olarak bazı sorunlar ortaya çıkmıştır. Her iki kavramın net ve anlaşılır olarak tanımlanması ve ölçülmesinde ortak bir anlayış eksikliği göze çarpmaktadır (Pritchard, Howard ve Harvitz, 1992; Pritchard, Harvitz ve Howard, 1999). Araştırmacıların bazıları bağlılık ile sadakat kavramlarının aynı anlamı taşıdıklarını vurgulamış ve bu kavramları birbirlerinin yerine kullanmışlardır (Warnick, 1983; Buchanan, 1985; Assael, 1987; Bowen ve Shoemaker, 1998). Araştırmacıların bir kısmı ise bağlılığı sadakatin bir parçası olarak görmüşler ve bağlılığın, sadakatin tutumsal bileşenini oluşturduğunu belirtmişlerdir (Selin ve arkadaşları, 1998). Dick ve Basu (1994) bağlılığın, sadakatin önceli olan ve sadakat tutumunun habercisi olarak görev yapan bir değişken olduğunu belirtmişlerdir. Yine bazı araştırmacılar bağlılığın sadakat davranışlarını da kapsayan bir çok yararlı davranışı ortaya çıkartan bir tutum olduğu ve bağlılığın sadakate yol açtığını, sadakatin ise bağlılığın bir sonucu olarak ortaya çıktığını belirtmişlerdir (Beatty, Kahle ve Homer, 1988; Bettencourt, 1997; Jacoby ve Chesnut, 1978).

Fishbein ve Ajzen'in (1973;1975) ve Ajzen ve Fishbein'in (1977) biliş – duygulanım (cognition - affect) davranış modelinden bağlılığın sadakati ifade eden davranışlardan önce gerçekleştiğini düşünmeyi sağlayan mantığı çıkartılabilir. Fishbein ve Ajzen'e (1973;1975) göre, tutumlar davranışların belirleyicisidirler. Bu süreçte, tüketiciler, bilişsel öğrenme yoluyla ürünlerin özelliklerine ilişkin inançlarını yapılandırdıktan sonra, duygusal tepkilerini ve ürüne ilişkin beğenilerini ya da şikayetlerini oluştururlar. En sonunda ise, önceki tutumlar satın alma davranışı niyetine ve satın alma davranışına önderlik eder.

Sadakat, bir nedene veya kişiye yönelik sürekli bağlanma olarak tanımlanabilir; buna bağlılık, sürekli, esnek olmayan ve bireysel mevcut entelektüel görüş ve davranışları belirleyen belirli bir ekibin taahhüdüdür. Bununla birlikte, seyircilerle taraftarları ayıran bir değişkene atıfta bulunulan bir fenomendir (Pritchard, Howard, ve Havitz, 1992; Funk ve Pastore, 2000).

Funk ve James (2001), bir bireyin bir spor takımına bağlılığının sonuç seviyesi olarak Psikolojik Süreklilik Modeli'ndeki bağlılığı açıklarken, literatürde bir

bireyin bir spor klübüne doğru kayda değer bir bağlılığa dönüşmesi bakımından eksikliği olduğunu ve sadakatin, dayanıklı ve istikrarsız tutum davranışının sonucu olarak ortaya çıktığını belirtmiştir. Funk ve arkadaşları (2001) 'in WNBA (Kadınlar Ulusal Basketbol Organizasyonu) franchise biletleri hakkındaki çalışması, sadakatin ve çekiciliğin psikolojik bağlılığa dönüşmesinin örnekleyen bir çalışma niteliğindedir. Seyircilerin yalın hayranlara dönüşmesinin nedenlerini ortaya koymak için yapılan bir başka girişimde, Funk ve James (2001), hem sosyal hem de kişisel davranışların bireyin zihniyetinde psikolojik sadakatin gelişiminde önemli ve önemli rol oynadığını belirtmişlerdir.

Diğer yandan; Bir spor takımı ile bir bireyin sadakati ile karşılıklı organik bağlantılar, hayatları boyunca o bireyi spor takımına kendisini ait hissetmesine iter. Başka bir deyişle, spor ekipleri, psikolojik yönden taraftarların günlük yaşantısında daha önemli kısımları kaplarlar (Mahony, Madrigal, ve Howard, 2000).

1.6.1.3. Bilgi

Psikolojik bağlılığın üçüncü boyutu olarak ele alınacak kavram bilgidir. Yeterli miktarda bilgi olmadan, bağlılığın gerçekleşmesi için istenen şartların oluşması zordur. Yukarıda belirtildiği üzere, bağlı bir taraftar, kendi sosyal grubunun dışında bir ortamda bir tehlike oluşursa, desteklenen kulübünün savunmasından da sorumludur.

Literatürde bilginin belirleyici başlangıç olayı olarak kullanıldığını söylemek kolaydır. Klasik Yunan çağının bilgisi tanımı, Batı felsefeleri için geniş ve soyut kavramdır. Bununla birlikte, bu çalışmada, terim bilgisi etimolojik kökenleri ile ilgili tüm tartışma mevcut olmayacaktır. Öte yandan, bilgi birçok araştırmacı tarafından kendi çalışma alanlarına uygun olarak tanımlanmıştır. Huber (1991); Örneğin, bilgiyi, bireyin etkili bir eylem için öngördüğü kapasiteyi artıran haklı inanç olarak tanımlar. Öte yandan Zapf (2005), bilgiyi, arazi veya manevi öğretilerle deneyim ve gözlem yoluyla elde edilen ve gelecek nesillere miras kalan değerler olarak tanımlamaktadır. Bilginin geleneksel tanımında, öğrenilen ve bilinen şeylerin, gelecek nesil için bir miras olması beklenir.

1.6.2. Örgütsel Bağlılık Kavramı

İnsan, örgütlerin değişmez üretim faktörlerinden biridir. 2000’li yıllar teknoloji çağı olmasına rağmen, bir örgütün var olabilmesi ve mevcut teknolojik yeniliklerden yararlanabilmesi için insanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bir örgütün amaçları doğrultusunda başarılı bir şekilde faaliyetlerinin devamlılığını sağlayabilmek için en önemli konulardan birisi, işgörenlerin işe devamlılıklarının sağlanmasıdır. Örgütte yüksek bir işgören devir oranı, maddi kayıplara neden olmasının yanı sıra, mevcut işgörenler arasında motivasyon azalmasına ve bunun sonucunda yapılan işin kalitesinin düşmesine de neden olacaktır. Örgütlerde işgören devir oranının neden olduğu olumsuzlukların ortadan kaldırılmasında ‘örgütsel bağlılık’ konusu önemli bir faktör olarak görülmektedir (Güçlü, 2006).

Söz konusu alan ister özel sektör isterse kamu sektörü olsun çalışanlar, kurumların ürettikleri mal ve hizmetlerin kalitesinde, verimliliğinde ve etkinliğinde büyük bir öneme sahiptir. Daha 1930’lu yıllarda örgüt ve yönetim açısından önemi kavranan insan ögesi bugün bu önemini daha da artırarak sürdürmektedir. Örgütsel bağlılık kavramı çalışanların örgüt amaçlarını benimsemesinde, kurumda kalma isteğini sürdürmesinde, örgüt yönetimine ve faaliyetlerine katılmalarında, örgüt için yaratıcı ve yenilikçi bir tavır sergilemelerinde önemli bir olgudur (Eren ve Durma, 2005).

Küreselleşmenin belirlediği bu rota üzerinde uluslararası boyutta rekabet üstünlüğünü yakalayan şirketlerin insan unsurunu farklı yorumladıkları ve başarılarının temelinde; “insan unsurunun artan önemini ön plana çıkarmalarının yattığı” görülmektedir (Perçin, 2008).

Örgütsel bağlılık, örgütsel davranış ve örgütsel psikoloji alanındaki araştırmacıların epeyce ilgisini çeken bir konu olmuştur. Örgütsel bağlılık, işgörenlerin örgütteki verimliliklerini ve işten ayrılma düşüncelerini açıklaması nedeni ile son yıllarda örgütsel davranış sık incelenen bir konu olmuştur (Wasti, 2000).

Yoğun rekabet koşullarının hakim olduğu günümüzde örgütsel başarıya ulaşmak, işgörenlerin örgütlerine olan bağlılık ve sadakatleri ile yakından ilişkilidir. Bu bağlılığı gösteren işgörenler, çalıştıkları örgüt için yüksek performans sağlayarak kaliteli ürünlerin üretilmesine katkıda bulunacaklardır.⁷⁵ Örgütsel bağlılığı yüksek düzeyde olan çalışanlar, örgütün rekabetçi koşullar altında başarıyla faaliyet göstermesine önemli katkılarda bulunurlar. Başarının sağlanması, bu çalışanların çeşitli özelliklerine bağlıdır. Örgütsel bağlılığı yüksek düzeyde olan çalışanlar aşağıda sıralanan özelliklere sahiptirler (Feldman ve Moore, 1982).

- Daha az denetime ve disipline ihtiyaç duyarlar. Bu kişilerin performansı, örgütsel bağlılığı düşük düzeyde olanlara göre daha yüksektir.
- Örgüt içi pozisyonlarla ilgili seçenekleri, çalıştıkları örgüte en yüksek katkıyı sağlayacak bir araç olarak değerlendirirler.
- Bunların davranışlarının güvenilirliği ve samimiyeti, genellikle kriz ortamlarında kendini gösterir.

Araştırmacılar, örgütsel bağlılık kavramının işgörenlerin örgüt ile ilişkilerini nitelendiren psikolojik bir durumu ifade ettiği konusunda ortak bir noktada birleşmektedirler. İşgörenler örgüt için çalışmaktadır ve örgütün işgörende oluşturduğu izlenime göre işgörenin örgütsel bağlılık seviyesi değişmektedir. İşgörenleri örgüte bağlayan psikolojik bir durumu yansıtan örgütsel bağlılık kavramının tanımı hakkında araştırmacılar arasında farklı görüş açıları bulunmaktadır (Allen ve Grisaffe, 2001).

1.6.2.1. Örgütsel Bağlılığın Tanımı

Örgütsel bağlılık, başta Whyte ve daha sonra Porter olmak üzere Mowday, Steers, Allen, Meyer, Becker gibi pek çok araştırmacı tarafından geliştirilen ve kuramsal olarak tanımlanmaya çalışılan bir kavram olmuştur (Bakan, 2011). 1990'lerden bu yana ise, örgütsel bağlılık, birçok araştırmanın başlıca konusu haline gelmiş; bu

süreçte kavramla ilgili çok sayıda tanım yapılmış ve konunun teorik gelişimine büyük önem verilmiştir (Meyer ve Allen, 1991; Meyer ve arkadaşları, 2002).

Örgütsel bağlılık, örgütsel amaç ve değerlerin içselleştirilmesi ve bu örgütsel amaç ve değerlere dayalı olan gerekli rol merkezlerinin iki boyutlu bir yapıya dayanmasıdır. Örgütsel bağlılık; uluslararasılaşması ve örgütün amaçları ile bütünleşme ile ilgili bir kavram olarak örgüt için çok çalışma isteği ve örgüt içinde kalmak için karşı konulmaz bir istek olarak tanımlanmıştır (Karahan, 2008).

Örgütsel bağlılık tanımı için üç temel unsur söz konusudur (Porter ve arkadaşları, 1974).

- Örgütsel amaç ve değerlere olan inanç ve bu amaç değerlerin kabulü,
- Örgütsel amaçların başarılması yönünde güç sarf etmeye istekli olma,
- Örgütsel üyeliği devam ettirme konusunda güçlü bir arzunun varlığı.

Bu tanımlamaya göre, Porter ve ark (Porter ve arkadaşları, 1974). bireylerin örgüte bağlılık düzeyleri yükseldikçe, iş doyumlarının artacağı, tükenmişlik seviyelerinin azalacağı ve örgütün performansını artırmak için çabaların artacağı görüşündedir.

Alanyazında örgütsel bağlılıkla ilgili tanımlardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Örgütsel bağlılık “çalışanların örgütle ilişkilerini karakterize eden ve örgütte kalma kararlarına etki eden psikolojik durum” olarak tanımlamıştır (Meyer ve Allen, 1991).

İşgörenin bağlı bulunduğu örgütün amaç ve değerlerini benimsemesiyle ve bunun sonucunda örgütte kalma ve onun için çaba göstermesi, örgütsel bağlılık olarak tanımlanmaktadır. Başka bir deyişle örgütün amaç ve değerlerine inanan ve çalışan işgörenler, örgütün istemiş olduğu emirleri gönülden uygulamasını yine örgütsel bağlılık olarak tanımlanabilmektedir (Altınöz ve arkadaşları, 2009).

Örgütsel bağlılık, önceleri duygusal bir bağlılık olarak tanımlanmış, çalışanların örgütlerinin değerlerini ve amaçlarını benimsedikleri oranda bağlılık hissettikleri önerilmişken, diğer araştırmalarda ise örgütsel bağlılık, çalışanların örgütlerine yaptıkları yatırımların sonucunda gelişen bir bağlılık olarak tanımlanmıştır (Özutku, 2008).

Bir kavram ve anlayış olarak bağlılık, toplum duygusunun olduğu her yerde var olan, toplumsal içgüdünün duygusal bir anlatım biçimidir. Bir kişiye, bir düşünceye, bir kuruma, kendimizden daha büyük gördüğümüz bir şeye karşı bağlılık gösterme, yerine getirmek zorunda olduğumuz bir yükümlülüğü anlatmaktadır (Çelik, 2006).

Bir diğer tanımda ise örgütsel bağlılık, kişinin, örgütünün amaç ve değerlerine taraflı ve etkili bağlılığı olarak tanımlanmaktadır. Bağlılık duyan bir işgören, örgütün amaç ve değerlerine güçlü bir biçimde inanmakta, emir ve beklentilere gönülden uymakta ve içsel olarak güdülenmektedirler (Balay, 2000).

1.6.2.2. Örgütsel Bağlılık ile İlgili Sınıflamalar ve Yaklaşımlar

Araştırmacılara göre alanyazında örgütsel bağlılıkla ilgili iki farklı yaklaşım bulunmaktadır. Birinci yaklaşım örgütsel bağlılığı tutumsal ve davranışsal açıdan incelerken ikinci yaklaşım örgütsel bağlılığı tek boyutlu ve çok boyutlu açılardan inceler.

Tutumsal yaklaşıma göre örgütsel bağlılık, işgören ile örgüt arasındaki bağın niteliğini ve kalitesini yansıtan bir tutum olarak ele alınmaktadır (Oliver, 1990). Tutumsal yaklaşımda, bağlılığın duygusal bir tepki olduğu görüşü benimsenmiştir. Bu yaklaşıma göre bağlılık, bireyi örgüte bağlayan çalışma ortamının değerlendirilmesinden doğan duygusal bir tepkidir (Cengiz, 2001).

Davranışsal yaklaşımın temeli, Becker'ın yan bahis teorisine dayanmaktadır (Liou ve Nyhan, 1994). Bu teori; yatırımlar veya yan bahisler olarak da ifade edilen bir fikre dayanılarak geliştirilmiştir. Bu teoriye göre, işgören örgüte zaman, enerji,

bilgi ve yeteneğini yatırarak bir ‘yan bahis’ e girmektedir. Ancak bireyin bu kazançları elde etmesi örgüte yatırmış olduğu değerlerin (zaman, enerji, bilgi, yetenek gibi) tutarlı bir şekilde sürdürülmesine bağlıdır. Diğer bir ifade ile işgörenin örgütten ayrılması durumunda, örgüte yatırılmış olan yatırımlardan elde edilecek olan kazançlar kaybedilecektir. Bu nedenle, işgörenin örgüte yapmış olduğu yatırımlar karşılığında örgüte bağlılık geliştireceği ifade edilmektedir (Belli, 2014).

Bu iki yaklaşım arasındaki genel farkın, örgütsel bağlılığı tutum ya da davranış olarak ele almalarından kaynaklandığı görülmektedir. Tutum doğrudan gözlenemeyen bir özellikte olup, bireyin gözlenebilen davranışlarından dolayı olarak varsayılarak bireye atfedilen bir eğilimdir (Kağıtçıbaşı, 1992). Tutum ve davranış arasındaki karşılıklı bu doğal ilişki nedeni ile örgütsel bağlılık yaklaşımları belirli bir sınıflamaya koyulmamalıdır (Güçlü, 2006).

Örgütsel bağlılığın alanyazındaki diğer yaklaşım sınıflamasında örgütsel bağlılık, tek boyutlu ve çok boyutlu bir yaklaşıma göre incelenmektedir. Tek boyutlu yaklaşıma göre örgütsel bağlılığı inceleyen araştırmacılar, örgütsel bağlılığın örgütün bütününe karşı hissedildiğini kabul etmektedirler. Bu yaklaşımda, örgüt tek ve benzer türden bir işgörenin örgütün unsurlarına göre farklı bağlılıklar duyabileceği göz ardı edilmektedir. Ayrıca tek boyutlu yaklaşımda işgörenin örgüte bağlılığını açıklamada istek, maliyet veya yükümlülük unsurlarından birinin etkili olduğu kabul edilmektedir (Belli, 2014).

Çok boyutlu örgütsel bağlılık yaklaşımında ise örgütün farklı unsurlardan oluştuğu ve bir işgörenin örgütteki unsurların her birine farklı örgütsel bağlılık geliştirebileceği kabul edilmektedir. Bu yaklaşıma göre, bir işgörenin örgüte bağlılığını belirlemede istek, maliyet veya yükümlülük unsurlarından tümünün etkili olabileceği ifade edilmektedir (Güçlü, 2006).

Örgütsel bağlılık sınıflandırmaları ve yaklaşımlarına yönelik bazı araştırmacıların yapmış oldukları çalışmalarla ilgili aşağıda kısaca bilgiler verilmeye çalışılmıştır.

1.6.2.2.1. Kanter'in Bağlılık Sınıflandırması

Kanter örgütsel bağlılığı çok boyutlu olarak incelemiştir. Örgütü sosyal bir sistem olarak tanımlamış ve üç tür bağlılık üzerinde durmuş, örgütlerde her birinin farklı şekillerde çözümlenebildiği üç problem olarak ifade etmiştir (Kanter, 1968). Bunlar:

- 1- **Zorunlu bağlılık:** Birey, örgütten ayrılmanın bedelini örgütte kalmanın bedelinden yüksek bulursa, yani örgütte kalmayı kârlı bulursa bağlılık gösterecektir. Üye, kendisi için karlı olan şeylerin örgütteki üyeliğinin sürmesine bağlı olduğunu ve örgütteki pozisyonu ile ilgili olduğunu fark ettiğinde, örgütüne ve örgütsel rolüne bağlanacaktır.
- 2- **Kenetlenme bağlılığı:** Örgütteki üyelerin örgüt içindeki sosyal ilişkilere bağlanmalarıdır. Grup üyeleri arasındaki dayanışma geliştirilerek kenetlenme bağlılığı oluşturulur. Bu tür gruplarda grup içi çekişmelere ve kıskançlıklara çok az rastlanması, grup bilinci ve grup birliğinin ise oldukça yüksek olması beklenmektedir. Bu durumda grup, dışarıdan gelen ve varlığını tehdit eden güçlere karşı durabilecek, üyeleri arasındaki birlik ve beraberliği muhafaza edebilecek kadar da güçlü hale gelecektir (Meyer and Allen, 1991; Kervancı, 2013).

Kenetlenme bağlılığı, kişinin bir gruba ve bu gruptaki ilişkilere bağlılığıdır. Kenetlenme bağlılığı gruba karşı olumlu duygusal yaklaşımları içerir. Grubun her üyesiyle ilgilenmek, ilişkide bulunmak ve gruba ait olduğunu hissetmek kişiye duygusal açıdan bir tatmin sağlayacaktır. Elde edilen bu tatmin kişiyi örgütüne bağlayacaktır (Gül, 2002).

- 3- **Kontrol bağlılığı:** Bu bağlılık çalışanların örgütteki faaliyetlerinde örgüt normlarına ve değerlerine uygun davranışlarda bulunmaları aracılığı ile ve örgüt normları ve değerlerini temsil ettiklerine inandıkları zaman oluşmaktadır.

Grup ve örgüt üyelerinin liderin emir ve kurallarını devam ettirmesidir. Kanter, kişisel davranışı örgütün istediği doğrultuda şekillendiren, örgüt normlarına üyenin bağı olarak gördüğü bağlılığa kontrol bağlılığı adını

vermiştir. Kontrol bağıllığı, kişinin örgüt normlarına bağlı olmasıdır. Bu bağıllık türü, örgüte karşı olumlu normatif yönelimleri içermektedir. Kontrol bağıllığı, üyenin örgütün norm, amaç ve değerlerinin olumlu davranışlar için önemli bir rehber olduğuna inanması halinde ortaya çıkmaktadır (Kanter, 1968).

1.6.2.2.2. Meyer ve Allen'in Bağıllık Yaklaşımları

Allen ve Meyer tutumsal bağıllıkla üzerine önemli çalışmalar yapmışlardır. Allen ve Meyer'e göre örgütsel bağıllık üç ana öyeye dayanmaktadır (Meyer ve Allen, 1990).

Bunlar:

1. **Duygusal bağıllık:** İşgörenin örgütün bir parçası olmayı devam ettirme isteğini ifade eden duygusal bağıllık; tecrübe edinilen iş deneyimleri sonucunda gelişen bir olgudur.

Duygusal bağıllık, literatürde sıkça, işletmede çalışan bireylerin duygusal olarak ve kendi tercihleri ile işletmede kalma arzusu olarak ifade edilmektedir.

Örgütsel amaçları benimseme, onlara bağlanma ve onunla özdeşleşme ile ilgili olumlu duygulara sahip olmaktır. Duygusal bağıllık, örgütsel amaçlara ve kurallara karşı duyulan saygı, yöneticilere duyulan sevgi ve saygı, duygusal yakınlık, örgütsel vizyon ve misyonun paylaşılması ile oluşan bağıllık türüdür (Tutar, 2007).

Meyer ve Allen bu ögenin temel alındığı bağıllık türünü duygusal bağıllık olarak adlandırmışlardır. Duygusal bağıllık, bireyin örgüt ile özdeşleşmesi, örgüte katılımı ve örgütle arasında duygusal bir bağ hissetmesidir. Bağıllığın bu türünde, birey kendini örgütün bir parçası gibi gördüğünden, örgüt onun için büyük bir anlam ve önem taşımaktadır (Meyer ve Allen, 1990).

Duygusal bağıllık, örgütsel bağıllığın en önemli boyutudur. Porter ve Mowday gibi araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir (Porter ve arkadaşları.,

1974). Kurumsal değer ve normları kabullenme ve kurumsal devamlılığı sürdürmeye içten bir inanç duyma olarak görülmüştür. Duygusal bağlılıkta çalışan, örgütsel amaçlar doğrultusunda aktif ve gönüllü katılım gösterir ve bunun sürekli olmasını arzu eder. Örgütsel amaçlara dış faktörlere dayalı olarak ortaya çıkan bir bağlılık değil, iç faktörlere, (güdü/dürtü) dayalı ve kendiliğinden oluşan bağlılık biçimidir. Çalışanlar örgütlerinin değer ve amaçlarını benimsedikleri ölçüde bağlılık hissederler (Tutar, 2007).

2. **Devam bağlılığı:** Bu bağlılık türünde faydacı bir yaklaşım söz konusudur. Kişi örgütteki devamlılığını düşünürken ayrılması veya kalması durumlarındaki kazanç ve kayıplarını hesaplar. İçinde bulunduğu örgütten ayrılması durumunda farklı iş seçenekleri bulunmuyorsa kişinin eğilimi devamlılığını sürdürme yönünde olur. Diğer taraftan kişinin örgüt içerisinde yaptığı yatırımlar onu ayrılmaktan alıkoyacak kadar büyük ölçüde ve uzun vadeli ise davranışı yine devam etmek şeklinde olacaktır. Dolayısıyla birey, örgüte sarf ettikleri ve hâlihazırda elinde bulundurduğu kıdem kazanımlarıyla bir mukayese yapar. Örgüt değişikliğinin zorluk ve fayda derecelerini kıyas eder ve bir karara varır. Bu durum kişinin örgüte bağlılığını etkileyen bir husustur (Meyer ve Allen, 1990).
3. **Normatif bağlılık:**örgütsel bağlılığın üçüncü boyutunu oluşturan normatif bağlılık, örgüt üyeliğinin sürdürülmesi konusunda çalışanların hissettiği yükümlülük duygusu olarak tanımlanmaktadır (Meyer ve Smith, 2000).

İşgörenlerin kuruma bağlılık duyması, bireysel çıkarları için bu şekilde davrandıklarından değil, yaptıklarının doğru ve uygun olduklarına inanmalarından kaynaklanmaktadır (Belli, 2014).

Normatif bağlılık, işgörenin örgütüne bağlılık göstermesini bir görev olarak algılaması ve aynı zamanda bu görevinin doğru olduğunu düşünmesi sonucunda geliştiğinden duygusal ve devam bağlılığı yaklaşımlarından farklı bir boyutu temsil etmektedir. Çalışanların örgütte kalma ile ilgili yükümlülük duygularını yansıtır. Diğer bir ifadeyle normatif bağlılık, bireyin kendisi üyesi olduğu örgüte karşı borçlu hissetmesinden kaynaklanmaktadır. Çalıştığı örgütten aldığı eğitimler veya kurduğu iyi ilişkiler çalışanın üyesi olduğu

örgüte karşı kendisini borçlu hissettiği ve örgüte minnet duyduğu için örgütte kalmaya devam etmesidir (Demirel, 2008).

1.6.2.2.3. Becker'in Yan Bahis Yaklaşımı

Becker örgütsel bağlılığı işten ayrılma durumunda oluşabilecek maliyetlerle ilişkilendirerek tanımlamış ve çalışanların örgüte söz konusu bu maliyetler sebebiyle bağlandıklarını belirtmiştir. Bu maliyetlerin iş görenin işyerine olan yatırımlarının birikimi olarak ele almış ve “yan bahisler (side-bet)” terimini kullanmıştır (Becker, 1960).

Becker çalışanların bağlılık göstermesine nede olabilecek kaynakları şöyle açıklamıştır (Becker, 1960):

Toplumsal beklentiler: Kişi ait olduğu toplumun beklentilerinin sosyal vemanevi yaptırımları nedeniyle davranışlarını sınırlayan bazı yan bahislere girebilir. Bu tür toplumsal baskılara, sık sık iş değiştiren kimselere toplumda güvenilir gözüyle bakılmamasını örnek olarak göstermek mümkündür.

Bürokratik düzenlemeler: Yan bahislerin ikinci kaynağı, bürokratik düzenlemelerdir. Örneğin, emeklilik aylığı için her ay aylığından belli bir miktar kesintiyapılan bir kişiyi düşünelim. Bu kişi işten ayrılmak isteyince, hizmet süresi boyunca aylığından kesilen miktarın büyük bir tutara ulaşmış olduğunu görecektir. Emekli aylığı ile ilgili bu bürokratik düzenleme kişiyi bir yan bahse sokmuştur. Çünkü örgütten ayrıldığı takdirde yıllardır aylığından kesilen ve hakkı olan bu parayı kaybedecek, emekli aylığı alamayacaktır.

Sosyal etkileşimler: Becker'in yan bahis kaynaklarından birisi de sosyaletkileşimlerdir. Kişi diğerleriyle ilişki içerisindeyken kendisiyle ilgili bir kanaatinyerleşmesini sağlamıştır. Bu kanaatin bozulmaması için ona uygun davranışlarsergilemek zorundadır. Örneğin, kişi kendisini sözüne güvenilir biri olarak göstermişse, sözüne güvenilir kanaatinin bozulmaması için yalan söylememesi gerekmektedir. Budurumda, dürüst davranışlara karşı bir bağlılık geliştirecektir.

Sosyal roller: Yan bahisler kişinin içinde bulunduğu sosyal duruma alışmış ve uyum sağlamış olmasından da kaynaklanabilir. Böyle bir durumda kişi, içinde bulunduğu sosyal rolün gereklerini yerine getirmeye o kadar alışmıştır ki, artık başka bir role uyum sağlayamayacaktır.

Becker'e göre sözü edilen kaynaklardan dolayı girilmiş olan yan bahisler ve bunlara yapılan yatırımlar zaman içinde giderek artmaktadır. Bu nedenle kişinin yaşı ve kıdemi, yaptığı yatırımların temel göstergeleri olarak kabul edilmektedir. Buna göre, kişinin yaşı ilerledikçe ve kıdemi arttıkça yatırımları da buna paralel olarak artacak ve kişinin örgütten ayrılması zorlaşacaktır (Eğilmezko1, 2011).

1.6.2.2.4. O'Reilly ve Chatman'ın Örgütsel Bağlılık Yaklaşımı,

Bu yaklaşımda örgütsel bağlılık uyum, özdeşleşme ve içselleştirme olmak üzere 3 boyutta açıklanmıştır (Gül, 2002).

Uyum: Örgütsel bağlılığın ilk boyutunu oluşturan uyum boyutunda temel amaç, belirli dış ödüllere kavuşmaktır. Üyelerin bağlılık göstermelerinin ve bu amaçla sergiledikleri tutum ve davranışların temel gayesi belli ödülleri elde etme ve belli cezaları bertaraf etmektir. Kısaca ifade etmek gerekirse uyum, rıza gösterme veya içsel ve belirli ödüllere sarılmayı içermektedir (Gül, 2002).

Özdeşleşme: Örgütsel bağlılığın ikinci boyutu, üyenin örgütün bir parçası olarak kalma isteğine dayanır. Üye diğerleriyle yakın ilişkiler içine girmektedir. Böylece bireyler, tutum ve davranışlarını, kendilerini ifade etmek ve tatmin sağlamak için diğerüye ve gruplarla ilişkilendirdiğinde özdeşleşme meydana gelmektedir. Birey örgütün amaçlarını, değerlerini ve özelliklerini kabul eder ve bunlarla özdeşleşirse bağlılık gerçekleşmektedir. Bu durumda örgütsel bağlılık, bireyin örgütün bakış açılarını ve özelliklerini kabul etme ve kendine uyarılma derecesini yansıtmaktadır (İlsev, 1997).

İçselleştirme: İçselleştirme boyutunda işgören, örgütün değerlerini kendi tutum, davranışları ve kişisel değerleri ile uyumlu görmektedir. Örgütün en çok

arzuladığı bağıllık boyutu içselleştirme boyutudur. Çünkü içselleştirme, kendi kendini devam ettirici olarak başlangıçtaki etki kaynağından bağımsızdır (Handy, 1993).

İşgörenin örgüte bağıllığı, üç bağımsız esasa göre şekillenmektedir. Uyum bağıllığında, belirli dışsal ödüller için bağıllık vardır. Özdeşleşme bağıllığında, yakın ilişki isteğine dayalı olan bağıllık vardır. İçselleştirme bağıllığı ise, örgütsel değerler ile bireysel değerler arasındaki uyuma dayanmaktadır (Q'Reilly ve Chatman, 1986).

1.6.2.2.5. Salancik'in Yaklaşımı

Salancik bağıllığı tanımlarken; “bağıllık, kişinin davranışlarına ve davranışları aracılığıyla faaliyetlerini ve örgüte olan ilgisini güçlendiren inançlarına bağlanması durumudur.” şeklinde ifade etmiştir (Mowday arkadaşları, 1982).

Salancik'in davranışsal bağıllığa olan yaklaşımı Festinger'in çelişki kuramına dayanmaktadır. Bu kuramda, insanların tutumları ile davranışları arasındaki tutarlılığı koruma eğiliminde oldukları varsayılmaktadır. Kurama göre, kişinin tutumları ile davranışları birbirleriyle tutarsız olduğu zaman kişi gerilim duyacaktır. Çelişen tutum ve davranışlar kişi için ne kadar önemliyse gerilim de o kadar yüksek olacaktır. Bu gerilimi azaltmak için çelişen tutum ve davranışlardan birini diğeriyle uyumlu hale getirecek şekilde değişecektir (Sears, 1998).

1.6.2.2.6. Etizoni'nin Yaklaşımı

Bu yaklaşımda örgütsel bağıllık yerine örgütsel katılım kavramı kullanılmış ve işgörenlerin örgüte katılımında yabancılaştırıcı, hesapçı ve ahlaki katılım şeklinde 3 örgütsel katılım türü belirlenmiştir (Güçlü, 2006).

Yabancılaştırıcı katılım bireyin örgüte karşı kuvvetli olumsuz bir yönelimi olarak belirtilebilir. Birey, ortaya çıkabilecek kayıplar ve başka seçenek olmaması

gibi nedenlerden dolayı istemediği halde işinden ayrılamazsa yabancılaştırıcı katılımı karşı karşıyadır (Güçlü, 2006).

Hesapçı katılım “örgüt ile üyeleri arasındaki alışveriş ilişkisini temel almaktadır. Üyeler örgütlerine katkılarıyla karşılığında elde edecekleri ödüllerden dolayı bağlılık duymaktadırlar” (Çakır, 2006).

Ahlaki Katılım “Ahlaki bağlılık standartlar ve değerler içselleştirildiğinde ve örgüte bağlılık göreceli olarak ödüldeki değişimlerden etkilenmediği zaman gerçekleşmektedir” (Balay, 2000).

1.6.2.2.7. Çoklu Bağlılık Yaklaşımı

Çoklu bağlılıklar yaklaşımı örgütsel bağlılığı, örgütü oluşturan çeşitli iç ve dış unsurları oluşturmaktadır. Bu yaklaşımda örgüt yöneticilerine, çalışma arkadaşlarına, referans gruplarına ve örgüt dış çevresini oluşturan kişilere kadar farklı bağlılıklar ortaya çıkmaktadır (Balay, 2000).

1.6.2.3. Örgütsel Bağlılığı Etkileyen Faktörler

Örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler olarak örgütsel adalet, örgütsel destek ve örgütsel güven gibi kavramların da ele alındığı görülmektedir. Greenberg ve Baron (1995) işin özellikleri, ödül mekanizması ve sosyalleşme sürecinde uygulanan prosedürlerin örgütsel bağlılığı etkileyen unsurlar olduğunu belirtmişlerdir. DeConick ve Dean (1996) örgütteki olumlu adalet dağılımı ve örgütsel destek algısının çalışanlarda örgütsel bağlılığı arttırdığını tespit etmişlerdir. Martin ve Hafer (1995) ise, dışsal gereksinimlerin karşılanmasının ve örgütsel destek sunulmasının çalışanlarda bağlılığı olumlu yönde etkilemekte olduğunu belirtmişlerdir. Lynch et al. (1999) algılanan örgütsel desteğin örgüte bağlılığın yanı sıra diğer çalışanlara yardım etme davranışlarını da arttırdığını tespit etmişlerdir. Polly'nin (2002) çalışmasında algılanan örgütsel destek ile örgüte duygusal bağlılık arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Araştırmada, yüksek derecede örgütsel destek algılayan

çalışanların düşük algılayanlara nazaran örgüte daha fazla bağlılık hissettikleri belirtilmiştir. Ceylan ve Şenyüz'ün (2003) yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre de örgütsel destek algısı örgüte bağlılığı oldukça etkileyen bir faktördür. Sığı ve Basım (2011) tarafından yapılan çalışmada da algılanan örgütsel destek sonucunda duygusalbağlılığın arttığı ve işten ayrılma niyetinin azalmakta olduğu vurgulanmaktadır.

Görüldüğü gibi araştırmacılar örgütsel bağlılığı etkileyen çok sayıda faktör üzerinde durmaktadırlar. Ancak faktörler genellikle 3 ana başlıkta incelenerek açıklanmaya çalışılmaktadır.

1.6.2.3.1. Kişisel Özelliklerin Örgütsel Bağlılık Türleri Üzerine Etkileri

1.6.2.3.1.1. Örgütsel Bağlılığa Yaş Faktörünün Etkileri

“Yaş” değişkeni genellikle kıdem ve hizmet süresi ile birlikte ele alınmaktadır. Yaşı tek başına bir demografik değişken olarak ele alan bir çalışmada, yaş ile bağlılık arasındaki ilişkinin negatif yönlü olduğu tespit edilmiştir (Alvi ve Ahmed, 1987: 267-280).

Yaş değişkenini ele alan pek çok araştırmada, yaş arttıkça bağlılığın da arttığına ilişkin bulgular elde edilmiştir (Angle ve Perry, 1981; Mathieu ve Zajac, 1990). Angle ve Perry (1981) işgörenlerin yaşları ilerledikçe, alternatif iş bulma ya da farklı bir eğitim alma imkanlarının azaldığını, bu nedenle üyesi oldukları örgütlere olan bağlılıklarının arttığını ifade etmektedirler. Allen ve Meyer (1993) ise, yaşla örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin örgütsel bağlılığın her boyutu için ayrı ayrı incelenmesi gerektiğini savunmaktadırlar. Buna göre duygusal bağlılık, çalışanın yaşıyla birlikte artış gösterirken, devamlılık bağlılığı çalışanın yaşından etkilenmemektedir.

Luthans ve arkadaşları. (1987) yaş ile örgütsel bağlılık arasında olumlu bir ilişkinin bulunduğunu ileri sürmektedirler. İşgörenin yaşının ilerlemesi, aynı zamanda çalıştığı örgütteki yatırımlarının da (terfi etme, ücret artışı, hak edilen

tazminat vb.) artması anlamına gelmektedir. Bu durum diğer örgütlerin ve iş alternatiflerinin çekiciliğini azaltmaktadır. Öte yandan örgütte fazla miktarda yatırıma sahip olmayan genç işgörenlerin, yaşlı işgörenlere kıyasla örgütlerine daha az bağlılık gösterdikleri ortaya konulmuştur (Hrebiniak ve Alutto, 1972). Bu sebeple bağlılığı düşük düzeyde olan genç işgörenlerin, işi bırakma eğilimlerinin daha yüksek olduğu öne sürülmektedir (Blau ve Lunz, 1998).

1.6.2.3.1.2.Örgütsel Bağlılığa Eğitim Düzeyinin Etkileri

Örgütsel bağlılığın belirleyicisi olarak ele alınan bir diğer değişken ise, işgörenlerin eğitim düzeyidir. Eğitim düzeyi ile örgütsel bağlılık arasında tersyönlü bir ilişki bulunmaktadır (Angle ve Perry, 1981; Glisson ve Durick, 1988). İşgörenin eğitim düzeyi arttıkça çalıştığı örgüte karşı olan bağlılığı azalmaktadır. Çünkü, eğitim düzeyi artan işgörenin örgütten beklentileri de artmaktadır. Aynı zamanda eğitim düzeyinin artmasına paralel olarak alternatif iş imkanları da artış göstermektedir.

Örgütsel bağlılıkla eğitim düzeyi arasındaki ters yönlü ilişkiyi destekleyen çeşitli araştırmaların yanı sıra, bazı araştırmacılar, sözü edilen ilişkinin yeterince açık ve güçlü olmadığına dair bulgular elde etmişler ve bu ilişkinin önemsenmemesi gerektiğini belirtmişlerdir. Diğerleriyle karşılaştırıldığında bireylerin farklı eğitim düzeylerinde olmaları, onların örgütte daha fazla kalma isteğini ortaya çıkarmıştır (Tsui ve arkadaşları, 1992). Ayrıca, daha ileri düzeyde formel bir eğitim almayı düşünmeyen işgörenlerin, eğitim almayı planlayan veya eğitimleri ile ilgili düşüncelerinde belirsizlik yaşayan işgörenlere kıyasla daha yüksek bağlılık gösterdikleri ileri sürülmektedir (Hrebiniak ve Alutto, 1972).

1.6.2.3.1.3.Örgütsel Bağlılığa Görev Süresinin Etkileri

Örgüt içinde herhangi bir ünvan ya da pozisyonda çalışılan süre örgütsel bağlılığı etkilemektedir. Bunun yanı sıra bir örgütte geçirilen toplam hizmet süresi de örgütsel bağlılığı etkileyen bir başka değişkendir. Örgütsel bağlılıkla kıdem arasında pozitif bir ilişki mevcuttur. Diğer bir deyişle örgütte çalışılan süre arttıkça, örgütsel bağlılık da artmaktadır (McCaul ve arkadaşları, 1995). Cohen (1993) işgörenlerin çalışma süresi arttıkça, örgütten elde ettikleri kazançların da arttığını öne sürmektedir. Çünkü

hizmet süresi de örgüte yapılan bir yatırım niteliği taşımaktadır. Bu yatırımları kaybetmek istemeyen işgörenler çalıştıkları örgüte daha fazla bağlanmaktadır.

Genellikle bağlılık hem yaş hem de kıdemle olumlu bir ilişki içerisindedir (Angle ve Perry, 1981). Ancak, yaş ve kıdemle bağlılığı doğrudan etkilemediğini savunan çalışmalar da bulunmaktadır. Yaş ve kıdemle bağlılıkla ilişkisini belirlemek için araştırmacılar, farklı yaş gruplarından, farklı hizmet süresine sahip çalışanları karşılaştırmışlardır. Yaş ve kişinin örgütüne yaptığı yatırımlar arasında pozitif bir ilişki tespit etmiştir. Ritzer ve Trice ise, kıdem ile örgüte yapılan yatırım arasında güçlü bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur. Öte yandan yaş ve kıdem farklı bağlılık türleri üzerinde farklı etkiler göstermektedir (Allen ve Meyer, 1999). Yaş ve kıdem birbirine paralel değişkenler olmasına rağmen, çoğunlukla yaş duygusal bağlılıkla, kıdem ise devamlılık bağlılığı ile ilişkili bulunmuştur.

1.6.2.3.1.4. Örgütsel Bağlılığa Ücret Düzeyinin Etkileri

Örgütsel bağlılığı etkileyen en önemli özelliklerden biri de bireylerin ücret düzeyidir. Kar amacı gütmeyen örgütler dışında, hemen hemen örgütlerin tamamında işgörenler belirli bir ücret karşılığı çalıştıkları için, işi bırakıp bırakmama kararının alınmasında en belirleyici faktörlerden birinin ücret olduğu öne sürülmektedir. Dolayısıyla işgörenlerin ücret düzeyleri ile bağlılıkları arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır (Byington ve Johnston, 1991).

İşgörenlerin ücret dağılımındaki adaleti algılama biçimleri de örgütsel bağlılığı etkilemektedir (Johnson ve Jones, 1991). Birey örgüt yönetiminin ücret politikasını ne derece adil ve dengeli bulursa, duyduğu bağlılık da o derece yüksek olacaktır. Özellikle üst düzey çalışanlar için ücret, örgütsel bağlılığı etkileyen çok önemli bir unsurdur (Cohen, 1992).

1.6.2.3.2. Örgütsel Bağlılığı Etkileyen Örgütsel Faktörler

Çalışanın, işin niceliği ve niteliği üzerindeki kontrolü, bireysellikten çok gruplar içinde gerçekleşmektedir. Özellikle, işe ilişkin dönüt alma, sosyal etkileşimler için

fırsatların olması, görev kimliğinin açıklığı ve örgütsel güvenilirlik daha yüksek derecede bağlılık sonucunu doğurmaktadır (Arslan, 2008). Bu çerçevede örgütsel bağlılıkla ilintili olan, yönetim ve liderlik, ücret düzeyi, örgütsel kültür, örgütsel adalet takım çalışması, rol belirsizliği ve çatışması, konuları irdelenecektir.

1.6.2.3.2.1. Yönetim ve Liderlik

Yönetim tarzı, yönetimin çalışanlara karşı tutumu, kuralların uygulanma şekli ve çalışılan ortamın fiziki durumu, çalışanların örgütsel bağlılıklarını etkilemektedir. Karar verme sürecine çalışanların katılımını sağlayan ve çalışan merkezli yönetim tarzı örgütsel bağlılık üzerinde etkilidir. Çalışanların fikirlerine odaklı yönetim tarzının gerçekleşmesi sonucunda çalışanlar kendilerine güven ve saygı duyulduğunu hissetmektedir. Dolayısıyla işine, arkadaşlarına ve de örgüt yönetimine karşı olumlu duygular geliştirerek bağlılıkları artmaktadır (Tiryaki 2005). Özellikle futbolun endüstri haline gelmesi futboldaki başarıları ve gelen maddi getirileri önemli hale getirmiştir. Başarılı olmak için yöneticilerin tutumu, verdikleri sözler, futbolcularla olan ilişkileri, kulübün yapısı ve kulübün fiziki şartları (futbolculara sundukları sosyal ve fiziki şartlar) çok önemlidir. Futbolcuların takıma bağlılıklarını etkilemektedir.

1.6.2.3.2.2. Örgütsel Kültür

Örgütü kendisine özgü değer ve kişiliği ile ortaya koyan, örgütü diğer örgütlerden farklılaştıran varsayımlar, değerler ve semboller olarak tanımlanmaktadır. Çalışanların örgütsel kültür, değer ve hedefleri benimsemesi örgütsel bağlılığı arttıracak anlamına gelmektedir (Arslan 2008). Örgüt kültürü çalışanlar arasında aitlik duygusunun gelişmesine katkıda bulunarak, çalışanların örgütsel hedeflere dâhil olmasına ve birliktelik duygusunun güçlenmesine destek olmaktadır. Örgütün kendi kültürüne uygun amaç ve politikalar geliştirmesi, çalışanlarda sürekli bir örgütsel bağlılık tutumu yaratılmasını sağlamaktadır (Tiryaki 2005).

1.6.2.3.2.3. Örgütsel Adalet

Bireyin örgüt içindeki uygulamalarla ilgili algılamaları olarak ifade edilebilir. Örgütsel adalet, örgüt yönetiminin karar ve uygulamalarının çalışanlar üzerinde etkisi veya algılanış düzeyi ile ilgili olmaktadır. Çalışanlar, kendi örgütlerinde kendileri ile başkalarını karşılaştırarak, örgütleri, yöneticileri ve işleriyle ilgili tutumlar geliştirmektedir. Kuralların herkese eşit uygulanmasını, eşit ücret ödenmesini, izinlerde eşit haklara sahip olmayı, bir takım sosyal imkânlardan kendisinin de diğerleriyle eşit şekilde yararlanması beklentisi içerisindeyler (Özdevecioğlu 2005).

1.6.2.3.2.4. Takım Çalışması

Çalışanlarda işbirliği tutumunun gelişerek örgütsel bağlılık kazandırılması için başvurulan yöntemlerin biriside takım ruhu oluşturmaktır. Çalışmalar takım üyeliği ile örgütsel bağlılığı arasında olumlu yönde bir ilişkinin bulunduğunu göstermektedir. Takım içindeki üyelerin işbirliğinin yüksek düzeyli olması alınan karara ve takıma bağlılığı güçlendirmektedir. Bu bağlılıkta örgütsel bağlılığı olumlu yönde etkilemektedir. Çalışanların karar alma sürecine katılmaları, kendilerine değer verildiğinin bir göstergesi olarak algılanmakta ve örgüt içerisindeki statülerinin güçlenmesini sağlamaktadır. Bu da örgütsel bağlılığı arttırmaktadır (Kama 2005). Futbol takımlarında sporcular arasındaki iş birliği, sporculara önem ve değer verilmesi takım içerisindeki takımdaşlık duygusunu arttırması beklenmektedir.

1.6.2.3.2. Örgütsel Bağlılığı Etkileyen Örgüt Dışı Faktörler

Yeni iş bulma olanakları; bir kişinin işe başladıktan sonra bağlılığını etkileyen en önemli örgüt dışı faktör, yeni iş bulma fırsattır. Özellikle gelişmekte olan ve işsizlik oranlarının yüksek olduğu ülkelerde bu faktörü daha da önemli kılmaktadır. Şüphesiz istihdam kişisel yetenekleri ile değil, örgütün bağlı bulunduğu sektör, küreselleşme

ve ülkenin sosyo-ekonomik durumu gibi ulusal ve uluslar arası değişkenlerle de ilişkilidir (Arslan, 2008).

1.7. Taraftar

Futbol endüstrisinin en önemli destekleyici faktörü ise taraftarlık olgusudur. Taraftarlık, temel itibariyle takıma gönül veren kişilerin katılımı ile gerçekleştirilen bir kent ritüelidir. Bir futbol derneğine üye olmak kişiye, bir aileye, bir takıma ait olma duygusu, mutluluğu vermekte ve kişiye sosyal statü kazandırmaktadır (Kuru ve Var, 2009).

Taraftarlar duygusal olarak spor olayına bağlanmış tüketicidir. Fakat pratikte taraftar olup seyirci olmamak veya seyirci olup da taraftar olamamak da olası bir durumdur. Kişisel sohbetlerde ikili veya grup ilişkilerinden kopmamak, konu sohbetinden ayrı düşmemek için taraftar kimliği belirtmek zorunlu olduğu hiade tarafı olunan kulüp maçlarını izlememek de olasıdır. Ayrıca kişi hiç taraf olumadan da sadece sevdiği için de maç izleyebilir (Paksoy, 2014).

Taraftarlık futbolun kültürel boyutunun öznesidir. Bugün futbol için kendine has söylem ve imgeleri olan bir alt kültürden bahsedebiliyorsak taraftarlığı da bu kültürün taşıyıcı unsuru olarak kabul etmek yanlış olmayacaktır. Taraf olmak eyleminden gelen “taraftar” kelimesi “futbol taraftarı” anlamında bir spor kulübüne, futbol takımına, renklere ya da hepsine birden inançla bağlı olan kişiyi tanımlamaktadır. Tarafta bazen futbol adına yaşanan değişimlere kapalı, zor adapte olabilen, bazense yeni bir oluşumun fitilini ateşleyen kişidir. Taraftarlık seyirciliği disipline etmenin en kolay yoludur (Paksoy, 2014). Bireyin taraftar kimliği boyutu davranışlarına yön verebilmekte ve taraftarlığının düzeyini belirleyebilmektedir. Bireylerin taraftarlık düzeylerine bağlı olarak spor literatürü içerisinde çeşitli taraftarlık sınıflamaların yapıldığı görülmektedir (Katırcı, 2009).

Mikro düzeyde aynı takımı tutan taraftarların sadece belli bir tribünde maç izleyenlerini ele aldığımızda dahi karşımıza farklı taragrar profilleri çıkmaktadır. Bu nedenle taraftarlık olgusunu bir takım, bir tribün grubu veya diğer oldu ve

kavramlarla özdeşleştirip, kesin bir tanıma ulaştırmak pek mümkün gözükmemektedir. Var olan bir gerçek var ise bu da taraftarlıktaki istek yani gönüllülüktür. Diğer bir ifadeyle kimse başka bir kimsenin zoruyla bir takımı gönülden destekleyez veya taraftarı olmaz. Olsa bile özünde kişisel tercih ve bağlılık olmadığından sadece görüntüde taraftar olmakla sınırlıdır diyebiliriz. Taraftarlık ile seyircilik olguları arasındaki fark zaman zaman gözle görülemeyecek kadar aza da inebilir. Bunda değişen kişisel yaşam koşulları ve tercihlerin yanında zamanın da etkisi olabilmektedir. Örneğin 20li yaşlarda tutkulu bir taraftar olan, takımının her maçına giden bir birey belli bir yaştan sonra sadece taraftar olarak kalabilir. Gerek ilerleyen yaşların getirdiği ek sorumluluklar gerekse gençliğin berdiği coşkun giderek azalması ya da olası birçok kişisel nedenlerden dolayı kişi taraftarlıktan seyirciliğe doğru çevrilmiş olabilir. Elbette ki bu şekilde de taraftar olma durumu sona ermez. Fakat taraftarlığın dışı burulduğu yer stadyumlardan çıkar. Tam tersi durumlardan da söz edilebilir. Sonuçta takım tutmak eğer bir tercih ise bu tercihin yaşanı biçimi de değişebilir (Katırcı, 2009).

1.7.1. Sporda Taraftarlık

Spor, her geçen gün artan bir şekilde toplumumuzun önemli bir parçası olmaya devam etmekte ve özellikle ülkemizde taraftar sporlarının popülaritesinin gözle görülür bir şekilde artmaktadır. Spordaki bu gelişme ve ilerlemeler paralelinde bu alana yapılan yatırımların artması da sporun bu artan popülarlığı sayesinde(Köse, 2014).

İnsanlar spor olaylarıyla, günlük ekonomik ve politik konulardan daha ilgilidir. Spor taraftarlığı tüm dünyada olduğu gibi Türk spor endüstrisinin önemli bir parçası haline gelmiştir. Ancak Türk spor taraftarlarında ilişki yönetimi uygulamalarına yönelik araştırmalar sınırlı sayıdadır (Köse, 2014).

Spor taraftarlığı önemli bir boş zaman etkinliği olmasının yanı sıra spor endüstrisi pastasının en büyük dilimini oluşturur (Kim, 2008) ve her geçen gün daha da gelişmekte ve popülaritesi artmaktadır (Capella, 2002; Laverie and Arnette, 2000). Shank (1999) “spor etkinliği spor endüstrisinin kalbiyse, spor taraftarı da bu kalbin atmasını sağlayan kandır” diyerek, spor taraftarlarının spor endüstrisinde

sahip olduğu önemi belirtmiş ve spor endüstrisinin taraftarlar olmadan varlığını sürdüremeyeceğini ileri sürmüştür. Yani, spor organizasyonları için spor taraftarı sadece bilet satışlarından elde edilen gelirler açısından değil, sponsorluk ve medya gelirlerinin de elde edilebilmesi açısından da hayati önem taşımaktadır (Mullin ve arkadaşları, 2000).

Takımını gerek stadyumda, gerekse bir yayın kuruluşu aracılığıyla televizyondan izlemek için bir bedel ödemeye hazır olan spor taraftarı, o takımın sahip olduğu ve olacağı gücü arttırabilmesi ve bu gücün sürdürebilmesi açısından son derece önemlidir (Gençer ve arkadaşları, 2009). Taraftarlar spor kulüplerinin en önemli müşterileridir. Geleneksel müşterilerden farklıdır ve takımlarına kuvvetli bağlarıyla bilinirler. Stadyuma giderek, takımlarının lisanslı ürünlerini satın alarak kulüplere doğrudan gelir sağlarlar. Bu nedenle spor kulüpleri geleneksel müşterilere sahip işletmelerle kıyaslandığında oldukça şanslı bir konuma sahiptirler (Furuholt ve Skutle, 2008).

Spor taraftarlığının en çok bahsedilen faydaları duyguların dostluğu ve dayanışmadır. Spor taraftarları arkadaşlarıyla, aileleriyle ya da akrabalarıyla bir araya gelerek kazanmanın heyecanını ya da yenilginin hüznünü yaşarlar. Ayrıca, taraftarlık arkadaşlık ve aile bağlarını güçlendirir, kişinin yaşam kalitesini artırır (Branscombe ve Wann, 1992). İnsanları gerginlikten ve sıkıntıdan kurtarır. Bazı araştırmacılar sporu takip etmenin sıkıcı rutin hayattan kurtulmanın sağlıklı bir yolu olarak ifade etmişlerdir. Spor taraftarları spora katılan diğer kişileri gözlemleyerek ve onların davranışlarını taklit ederek güzel duygular yaşarlar. Taraftarlar aynı zamanda kalabalığa girerek, tezahürat yaparak ya da bahis oynayarak bu güzel duygulara sahip olurlar (Kerstetter ve Kovich, 1997). Kimi araştırmacılar spor taraftarı olmanın faydalarını “eğlence, heyecan, başarıya ulaşma hazzı, pozitif stres, bir gruba dâhil olma ve sosyalleşme (Wann ve ark., 1999), kimlik edinme, kendini gerçekleştirme, egolarını tatmin etme”olarak sıralamıştır. Ancak bazı araştırmacılar spor taraftarı olmanın olumsuz etkilerinden de bahsetmişlerdir. Bu araştırmacılar insanların bastırılmış duygularının tribünde ortaya çıktığına ve bunun sonucunda da taraftarların şiddet olaylarına karıştıklarına inanmışlardır (Capella, 2002).

Son dönemlerde spor taraftarlarıyla ilgili yapılan çalışmalar, özellikle, sosyal psikolojiye ve spor taraftarlarının psikolojik özelliklerine (Wann, 1997); demografik özelliklerine (Schurr ve arkadaşları, 1987), taraftar kimliğine; taraftar bağlılığı ve müsabaka ve etkinliklere katılıma (Kerstetter ve Kovich, 1997; Laverie and Arnett, 2000); taraftar motivasyonuna ve taraftarın elde ettiği faydalara (Trail ve James, 2001); taraftar algısına; cinsiyet farklılığının etkilerine; taraftar saldırganlığına (Wakefield ve Sloan, 1995); taraftarlığın takım performansına etkilerine (2003; Wann ve arkadaşları, 2000); ve taraftar sadakatine (Madrigal, 1995; Tapp, 2004) odaklanmaktadır. Bazı araştırmalar ise takımlarına gönülden bağlı taraftarların takımlarının maçlarına gitme isteğinden ve takımlarından gelecekte sürekli başarı beklemesinden (Wann ve Dolan, 1994), takımlarını tüm sezon boyunca destekleme isteklerinden (Dietz-Uhler ve Murrell, 1999), takımları, oyuncularını ve takımlarının tarihiyle ilgili fazlasıyla bilgiye sahip olan taraftarlardan söz etmektedir.

Kimi çalışmalar taraftarların yenilgi ya da zafer sonrası davranışlarına odaklanmıştır. Takımlarıyla bağ kuran taraftarların takımları yenildiğinde adeta kendileri yenilmiş gibi hissettikleri belirlenmiştir. Ayrıca takımları yenildiğinde taraftarların takımlarıyla kendilerini bütünleştiren “biz” kelimesini kullanmayı bıraktığı da ifade edilmiştir. Benzer bir şekilde Cialdini ve arkadaşları.(1976)’ın araştırmalarında, üniversite öğrencilerinin takımlarının galibiyetlerinden sonra lisanslı kıyafetlerini giymeye meraklı iken, yenilgi sonrası takımlarıyla kendilerini ifade eden “biz” kelimesini bile kullanmadıklarını belirlemiştir. Bu demektir ki, takımlarının mağlubiyetinde taraftarlar kendilerini takımdan ve gruptan uzaklaştırmak istemektedir. Kişinin kimliğini bir grupla özdeşleştirmesi ve bu yolla kendini ifade etmesi oldukça önemli bir durumdur. Grup kimliği bazı kişiler için önemlidir ve benimsedikleri grup için herhangi bir tehdit olduğunda buna karşı güçlü bir reaksiyon gösterirler. Pek çok durumda, takımları beklenmedik bir şekilde yenildiğinde zevksiz bir oyun izlediklerini ifade ederlerken, olumlu bir skor sonrasında oyunun güzel olduğunu ifade ederler, takımlarına kredi tanır, galibiyeti biz kazandık diye nitelendirirler, adeta takımın bir oyuncusu gibi davranırlar ve bir sonraki maç için sabırsızlanmaya başlarlar (Dietz-Uhler ve Murrell, 1999: 16).

Araştırmaların bazılarında taraftar davranışının ana belirleyicisinin takıma bağlılık derecesi olduğunu belirlemiştir ve bu bağlılığın da, etkili reaksiyonu (Hirt ve arkadaşları, 1992) tahrik etme davranışını (Branscombe ve Wann, 1992) ve takıma karşı artan ve azalan bağlılık derecesini (Wann ve Branscombe, 1990) içerdiği ifade edilmiştir. Trail ve James (2001) spor taraftarlarını, sürekli maçları izleyenler ve arada sırada izleyenler olarak sınıflandırmışlardır. Araştırmacılar yüksek sadakate sahip taraftarların takımlarına bağlılığı yaşamlarının bir parçası olduğunu ve sürekli olarak takımlarını takip ettiklerini ve kulüplerinden bahsettiklerini ifade etmişlerdir. Diğer grubun ise sporu sadece eğlenmek için izlediğini ve onlar için spordan çok daha önemli Őeyler olduğunu belirtmişlerdir. Spor taraftarının davranışı, takımına gönülden bağlı taraftarın yaşamının merkezindedir ve takımın başarısı ya da başarısızlığının bu kişilerin duygularında önemli etkileri vardır. Bu kişiler başarı veya başarısızlık karşısında pozitif bir Şekilde düşünebilmeleri ve bağlılıklarını korumaları konusunda gdlenmeli ve bu güdülenme için de bir takım çalışması yapılmalıdır (Dietz-Uhler ve Murrell, 1999). Takımlarına gönülden bağlı olmayan, maçları sadece eğlence için izleyen kişiler için ise oyun ve sonucu çok önemli değildir, onlar yalnızca maçı izlerken aldıkları keyifle ilgilenirler (Wann ve Dolan, 1994). Spor taraftar araştırmalarının bazılarında göre spor taraftarlığında erkek egemenliği vardır ancak son yapılan çalışmalara göre kadın taraftarlar da bu alanda en az erkek taraftarlar kadar söz sahibidir (Gantz ve Wenner, 1995).

Taraftarların takımlarına olan bağlılıkları onları tribne çeken tek faktör değildir; onlar zaten spora olan ilgilerinden dolayı tesise gelmektedirler. Tıpkı algılanan hizmet kalitesinin yüksek olması gibi taraftarın takıma bağlılığı taraftarların müsabakalara katılım kararında etkendir. Taraftarlıkla ilgili her geçen gün gelişen literatürde taraftarların spora katılım kararlarında, takımlarının maçlarını izlemelerinde, organizasyonlara gitme kararlarında takıma olan bağlılığın oldukça önemli olduğu ifade edilmiştir (Kerstetter ve Kovich, 1997; Hill ve Green, 2000). Madrigal (1995) 'e göre kazanan takımlar kaybeden takımlara oranla taraftarlara daha çekici gelmektedir. Kazanan (güçlü) takımlar taraftarlara daha çekici geliyorsa, stadyumda sunulan hizmet kalitesi bu tür taraftarlar için geri planda demektir. Başka bir deyişle, stadyum faktörleri zayıf takımları destekleyen taraftarlar için çok daha önemlidir. Hill ve Green (2000: 148) spor

tarafklararınınstadyuma farklı taraftarlık biçimleriyle geldiğini ifade etmişlerdir. Araştırmacılaragöre taraftarlardan bazıları ev sahibi takımın fanatik taraftarlarıyken bazıları sadece keyifli bir gün geçirmek için gelen sporu seven ve iki takımı desteklemeyen taraftarlar olabilir.

Geçmişten günümüze bu alanda pek çok çalışma yapılmasına rağmen spororganizasyonlarına katılımda stadyum faktörleriyle psikolojik faktörleri bir arada analiz eden çalışma sayısı yok denecek kadar azdır. Araştırmacılar çalışmalarını bilet satışına ve organizasyona beklenen katılıma göre çalışmalarını tasarlamışlardır. Ancak spor pazarlaması, bilet satışı ve müsabakalara katılımını sıra ticari sponsorluk anlaşmalarını; reklamları; stadyumları ve sportesislerini birer medya aracı gibi kullanmayı, lisanslı ürünlerin satışını, kulübün bayiliklerini, radyo, televizyon ya da internet aracılığıyla etkinliklere katılımı içerir (Bandyopadhyaya ve Bottone, 1997: 9). Bu güne kadar yapılan bazı çalışmalarda spor takımlarının pazarlamasında spor pazarlama yöneticilerinin düşünceleri ve fikirleri organizasyonun hedeflerine ulaşmada etkilidir faktörlerdir. Bunlardan biri karşılaşmanın yeri ve etkili bir organizasyondur. Bu çalışmalarda taraftarların düşüncelerini önemsememiş, hatta maça gitme kararını etkileyen faktörlerin ne olduklarını değerlendirmemiştir (Wakefield ve Sloan, 1995).

1.8. Fanatizm ve Holiganizm

Futbol literatürü incelendiğinde, seyirci, fanatik, taraftar, holigan terimlerinin sıkça kullanıldığı görülmektedir. Bir spor faaliyetini doğrudan ya da televizyon gibi medya aracılığıyla izleyen kişiye seyirci (Arslanoğlu, 2005); tuttuğu takıma aşırı derecede tutkuyla bağlanmış olan kişiye fanatik (Koruç ve ark., 2004); takımına bağlı olan, onu ya da sporcularını takip eden, onlara olumlu duygular besleyen, onları destekleyen ve futbolla ilgili arzularını bu şekilde karşılayan kişiye taraftar denilmektedir (Arslanoğlu, 2005). Holiganizm davranışı içinde bulunanlar ise, genellikle takımına ölesiye bağlı olan, aynı zamanda, yıkıcı ve şiddet içeren davranışlarda (vandalizm) bulunan fanatiklerdir. Bu tip davranışlarda bulunan kişilere ise holigan adı verilmektedir (Toros ve Koruç, 2004).

Holiganlık kavramı ilk olarak 1898 tarihinde Britanyada ortaya çıkmıştır. O tarihte Daily News gazetesinin, maçlarda kavga çıkaran fanatik gruplar için Londrada birçok kavgaya karışmasıyla ünlü ayyaş Patric Holiganın ismini verip “holigan çeteleri” tabirini kullanmasıyla doğmuştur. Birçok farklı dile aynen geçen bu kelime Rusya Federasyonu ve eski doğu bloğu ülkelerin hukuk sistemlerine yerleşmiş ve yaptırım uygulanan bir suç olarak görülmüştür. Ülkemizde ise seyircileri şiddete iten yetersizlikler; seyircilerin spor kültürü ve oyun kuralları konusundaki eksiklikleri, kitle iletişim araçlarının bilgi vermeyişi, federasyonun eğitici kurallar düşünmemiş olması, seyircinin öğrenme isteksizliği, okullarda genel bir spor kültürünün verilmeyişi, seyircinin spor dışı nedenlerden kaynaklanan gerginliğinin giderilmeyişi, oyun dışı zamanların doğru kullanılmayışı, amigoların seyircileri olumsuz etkilemeleri ve eğitimsiz oluşları, kulüplerin ve federasyonların yetersizliği olarak görülmektedir (Paksoy, 2014).

Holiganlığın nedenleri araştırıldığında, taraftarlık adı altında bir nevi futbolu kullanarak toplumsal tepkilerin ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Dolayısıyla futbolu bir spor olmanın yanı sıra sosyolojik olarak incelemek de bu açıdan önem taşımaktadır (Bar, 2012). Dünyadaki futbol seyircisini genellikle erkekler oluşturmaktadır. Bu bağlamda tribündeki erkek seyirci cinsel içerikli küfürler, tezahüratlar üreterek, karşı takımı kendi cinsiyetinden dışarı atmaktadır. Görüldüğü üzere holiganizm, cinsiyetten tutun da tribünlerin kafeslerine, parmaklıklarına kadar uzanan çizgide, milliyetçilik, aidiyet, simgeleşme gibi birçok unsuru bünyesinde barındırmaktadır. Sosyal, ekonomik ve kültürel alanlardaki gerileme ve çöküş de holiganizmi tetikleyen unsurlar arasındadır (Paksoy, 2014).

Türkiyede spor bağlamında sıklıkla taraftarlardan değil, aşırı taraftarlardan yani fanatiklerden söz edilmektedir. “fanatik” teriminin anlamı oldukça fazla değişkenlik göstermektedir. Bu nedenle futbol fanatiği olmaya bazen olumlu bazen olumsuz anlamlar yüklenebilmektedir. Fanatiklik, bir taragan bir takımı ölesiye savmeyi ve ona çok bağlı olmayı sosyal bir olay çerçevesinde ifade ederken, diğer yandan şiddeti de içeren aşırı davranışları sosyal olarak kabul edilemez bir çerçevede ifade etmektedir. Bütün bu ayrımlar bu olguyu farklı kültürler bağlamında tartışırken daha da önem kazanmaktadır. Örneğin, Britanyada fanatik sözcüğü hemen hiç

kullanılmamakta, funtol fanları (tarafdarları) ve futbol holiganlarından söz edilmektedir. Örneğin; futbol fanı olmayı belirleyen temel eksenin takıma duyulan sevgi, futbol holigani olmayı belirleyen temel eksenin ise şiddet olduğu ileri sürülmektedir (Kazan, 2009).

Holiganlık ve fanatiklik kelimeleri birbirleriyle örtüşmüş durumdadır ancak ayrı kavramlardır. Fanatik; körü körüne bir takımı tutan bağınaz anlamına gelirken, holigan; azgın gözü kara anlamında kullanılmaktadır. Fanatik kazanmak için her yolu meşru görürken, holigan tuttuğu takım yense de yenilse de karşı tarafla kavga etmek için uğraş göstermektedir. Aralarındaki temel fark holiginlarda kavgaya yatkınlıkların fanatiklerden daha fazla olmasıdır (Paksoy, 2014).

1.9. Şiddet

Etimolojik olarak incelediğimizde şiddet kelimesinin dilimize Arapçadan geçmiş olduğunu görürüz. Kamus-ı Türki'de şiddet sözcüğünün karşılığı olarak sertlik, sert ve katı davranış, kaba kuvvet kullanma anlamlarına gelmektedir. Şedid kelimesi ise sert, katı ve şiddetli anlamında kullanılan bir kelimedir (Ünsal, 1996: 29). Şiddet kelimesi dar anlamda ele alındığında sadece bedene ve mala yönelik eylemlerin bu tanım içerisine girdiği görülür. Bununla birlikte tarihsel olarak incelendiğinde, şiddet kelimesinin daha geniş olarak yorumlanmaya başladığı gözlemlenir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, şiddet kelimesinin sadece fiziksel yaralanmalar ve mala yönelik gerçekleştirilen eylemlerin dışında bireylerin etnik ve dini kimliklerine, cinsiyetine ve benzeri kişiliğine yönelik tehditleri de içerdiği söylenebilir.

Şiddet olgusunu bilimsel olarak açıklamaya çalışan görüşler genellikle iki ana grup altında sınıflandırılabilir. Bu gruplardan ilki şiddetin temeldepsikolojik bir olgu olduğunu belirten ve şiddet eyleminin güdüler ve duygulanımlar sonucu ortaya çıkan bir olgu olduğunu belirten görüşlerdir. Bu yaklaşımda, sosyal ve ekonomik faktörler şiddetin kaynağı olmaktan çok, eylemin etkisini artıran dış uyaranlar olarak nitelendirilir. Bununla birlikte şiddeti sosyal ve ekonomik bir olgu olarak değerlendiren görüşler de bulunmaktadır. Bu görüşler çeşitlilik taşımakla birlikte;

ortak noktaları farklı toplumsal ve ekonomik mekanizmaların ve süreçlerin şiddet eyleminin ortaya çıkmasında etkili olduğunun kabul edilmesidir (Gökulu, 2004).

Şiddet eylemi, genellikle belirli dış uyaranlar sonucunda gerçekleşen bir süreçtir. Nadiren görülen patolojik durumların dışında, şiddete eğilimli bireylerin sorumlusu olarak genleri görmek doğru değildir. “İnsanda doğal bir eğilimin ürünü olarak kabul edilen saldırganlığın, birden fazla insan tarafından gerçekleştirilen şiddet niteliğinde bir grup davranışı olarak ortaya çıkmasında insanın doğuştan getirdiği biyolojik özellikleri kadar aile, kültür ve bunların şekillendirdiği yaşam biçimlerinin ve hayata bakış tarzlarının etkisini de göz ardı etmemek gerekir” (Erkal ve arkadaşları, 1997). Bu açıdan taraftarlık ve fanatizm sonucu ortaya çıkan şiddet eylemlerini bir alt kültür grubu olarak toplumsal boyutta inceleyebiliriz. Her alt toplumsal grupta olduğu gibi taraftarlık ve fanatizm sonucu ortaya çıkan bir alt kültür, farklı değer yargılarını ve eylem biçimlerini içselleştirerek ötekine yönelik gerçekleştirilen şiddet eylemlerini meşrulaştırabilir. Elbette futbol fanatizmi sonucu gerçekleşen şiddet eylemlerinde grup ve kitle psikolojisinin rolü büyük olabilir; ancak her şeyden önce fanatizmin ötekine duyulan nefret üzerinden şiddeti meşrulaştırdığı göz ardı edilmemelidir.

1.10. Futbol ve Şiddet

Taraftarların şiddet veya saldırgan davranışlar içinde bulunma duygularının kökü çok eskilere dayanmaktadır. Bilinen ilk örneği 532 yılında İstanbul’da geçmektedir (Poutvaara ve Priks, 2009). Hipodromda bulunan takım taraftarları, hakaretle başlayan, taşkınlıkla devam eden ve büyük bir karmaşayla birlikte şehrin büyük bir kısmının tahrip olmasıyla sonuçlanan şiddet ve saldırgan davranış eğilimi içinde bulunmuşlardır (Halis ve arkadaşları, 2005). Futbol açısından incelendiğinde ise “İngiliz illeti” (Spaji, 2006) olarak bilinen taraftarın holigan bir şekilde davranması 1314 yılına kadar gitmektedir. Futbolun giderek köyler ve kasabalar arasında büyük bir rekabete yol açması, bunun şiddet ve çatışmalara neden olmaya başlamasıyla birlikte Kral II. Edward’ın fermanıyla 1314 yılında İngiltere’de futbol holiganizm sebebiyle yasaklamak zorunda kalmıştır (Armstrong, 1998). Kral, halkın boş işlerle

uğraşması, okçuluğa ilginin giderek azalması, askeri talimlerin aksaması, sık sık kavgaların çıkması, insanlara zarar verilmesi gibi nedenleri göstererek topla el ve ayakla oynamayı yasaklamış, kentte bu sporu yapanların hapisle cezalandırılacağını açıklamıştır (Boniface, 2007). Bu durum futbola getirilen en eski yasaklardan birini oluşturması bakımından önemlidir.

Futbolda şiddet ve holiganizm eğilimi 1950’li yılların sonlarına kadar gündemi çok meşgul etmezken 1960’lı yılların başından itibaren yeniden yükselişe geçmiş (Sert, 2000) hatta 1970-80’li yıllarda özellikle İngiltere’nin önemli sorunlarından birisi haline almıştır. 1980’li yıllardan itibaren de şiddet ve holiganizm eğilimi bir hastalık gibi dünyanın birçok ülkesine yayılmıştır (Dunning, 1999). Halen bu tür davranış ve eğilimler, futbolda karşımıza çıkan önemli sorunların başında olmaya ve gündemi meşgul etmeye devam etmektedir.

Son yıllarda spor müsabakalarında, özellikle de futbol karşılaşmalarında yaşanan şiddet olayları sporun sevgi, barış ve kardeşlik gibi evrensel değerleri, birleştirici ve bütünleştirici özellikleri üzerinde olumsuz etki oluşturmaktadır. Spordaki şiddet unsurunun en önemli etkilerinden biri sporun yeterince özümsememesindedir. Taraftarların heyecanla gerginliği karıştırması, performans hedefi yerine sonuç hedefini tercih etmesi şiddete neden olmaktadır. İnsanların sadece galibiyere şartlandığı, centilmenlik ve ahlaki değerlerin ne yazık ki yozlaştığı spor kamuunda, ifade biçimi saldırganlık ve şiddet olarak kendini göstermektedir (Duyar, 2011).

Spor sahalarında meydana gelen saldırgan davranış ve şiddet olayları ile ilgili yapılan bazı araştırma sonuçları aşağıda özetlenmeye çalışılmıştır(Mutlu, 1991):

- Genel eğitimin yetersizliği
- Okullarda spor kültürünün yeterli derecede verilmemesi
- Sporcuyu ve seyircinin aşırı rekabet hissinin baskısı altında bulunması
- Müsabakanın yeri
- Müsabaka yerinde güvenliğin yeterli düzeyde alınmaması

- Normal şartlar altında iyi hazırlanamadıkları halde teknik heyet ve sporcuların çok iyi hazırlandıkları ve mutlaka kazanmaları gerektiği konusunda idarecilerce şartlandırılmış olmaları
- Müsabaka sırasında hakemlerin gereğinden ağır cezalar vermesi
- Hakemin bir tarafa göre taraflı davrandığı düşüncesinin ağır basması
- Sporcuların iyi niyetle mücadele etmemesi
- Sporcunun sportif olgunluğa ve erdeme sahip olmaması
- Yenme ve yenilmenin sonuçlarına katlanmama ve yenilgiye kılıf hazırlama çabası
- Seyircinin önemli bir kesiminin yaşadığı toplumla yabancılaşması ve seyircinin spor kültürünün eksikliği
- Kurallar hakkında bilgi eksikliği
- Başarısız sporcu, antrenör veya idareceinin kışkırtıcı davranışları
- Spor medyasının bilinçsiz, abartılı veya maksatlı kışkırtıcı yayınları, doğru ve yeterli haber vermeyişi

Futbolda saldırganlık ve şiddetin çeşitli toplumsal, siyasi ve ekonomik nedenleri bulunmaktadır. Bunun dışında karşılaşılan çeşitli şiddet ve saldırganlık olaylar aslında münferit olaylardır. Futbolun giderek endüstriyel bir sektöre dönüşmesi, oluşan gelirin paylaşımında ciddi rekabet gerektirecek davranışlar gelişmesine neden olmuştur. Bugün futbolun patronları yeni futbol ekonomisindeki paylarını artırabilmek adına daha geniş kitlelerin ilgisini çekmek ve bu ilgiyi artan düzeyde korumak durumunda kalmaktadırlar. Bunun için futbolum büyümlü atmosferini, kitle iletişim araçlarını kullanarak daha da gerginleşip kışkırtmaya çalışan bu anlayışın önüne geçmenin çok da kolay olmadığı görülmektedir. Futbolda şiddet bugün içsel bir olgu haline gelmiştir. Şiddet ve saldırganlık bugün organize bir hal almıştır (NTVSPOR, 2004).

1.10.1. Dünyada Futbol ve Şiddet

Spor sahaları zaman zaman acı olaylara sahne olmaktadır. Bu olaylarda görünür nedenlerden bazıları bir gol, tezahürat şekli, maç çıkışı oluşan gerginlikler şeklinde

iken bunların gerisinde uluslararası tarihi çekişmeler; din, mezhep farklılıkları, yöresel problemler de yatmaktadır (Özsoy, 2011). Dünya futbol tarihi incelendiğinde şiddet ve holiganizm eğilimleri sonucunda birçok üzücü olayların yaşandığı görülmektedir. Bunların çoğunda insanlar, hem maddi hem de manevi zararlar görmüşlerdir. Aşağıda yaralanmalar, ölümler, yangınlar, yıkımlar ve benzeri gibi olaylarla sonuçlanan bazı futbol müsabakalarından kısa örnekler verilmektedir (Paksoy, 2014):

- 1964 Lima (Peru)'da 24 Mayıs günü Tokyo Olimpiyatları eleme grup karşılaşması olan Peru-Arjantin maçı sırasında hakem, ev sahibi takımın golünü iptal edince tribünde olaylar çıkmış, 320 kişi ölmüştür.
- 1984 Cali (Kolombiya)'da Pascal Guerrero Stadı'nda 17 Kasım günü Cali-Amerika maçı sonunda çıkan olaylarda 24 kişi ölmüştür.
- Yine 1985 yılında Belçika'nın Heysel stadında oynanan Liverpool- Juventus maçı esnasında çıkan olaylarda 39 kişi hayatını kaybetmiştir.

1.10.2. Türkiyede Futbol ve Şiddet

Türk futbol tarihi incelendiğinde, 17 Eylül 1967 yılında 43 kişinin ölümü, yüzlerce kişinin yaralanmasıyla sonuçlanan Kayserispor-Sivasspor maçının, şiddet ve holiganizm davranışları açısından örnek nitelikte olduğu görülmektedir. Aşağıdaki bu trajik olay hakkında kısa bilgiler verilmektedir (Wikipedi, 2016):

Maç 17 Eylül 1967 yılında Kayseri'de oynanmıştır. İddialara göre olayların başlamasında maçın oynanacağı gün Kayseri'ye gelen Sivasspor taraftarlarının restoranlarda hesapları ödememeleri ve işyerlerine zarar vermeleri maç öncesinde ciddi bir gerilimin oluşmasına sebep olmuştur. Maç toplam 21.000 taraftarın katılımıyla saat 16:00'da başlamıştır. Karşılaşmanın 20. dakikasında Kayserispor takımının futbolcusu Küçük Oktay attığı gol ile takımını 1-0 öne geçirmiştir. Önce futbolcuların birbirleriyle tartışması sonra da gole sevinen Kayserispor taraftarları ile Sivasspor taraftarının birbirlerine taş atması sonucu gerilim artmış, Kayserispor'lu taraftarların Sivasspor taraftarlarının üzerine yürümeye başlaması ile birlikte

tribünlerde panik yaşanmaya başlamıştır. Başlayan panikle birlikte binlerce Sivas taraftarı demir kapılara yüklenmiştir. Demir kapıların açılmaması ve stat çıkışındaki düzensizlikler yüzünden yaklaşık 40 Sivaslı olay yerinde havasızlık ve sıkışmadan yaşamını yitirmiş ve 300'ü aşkın kişi de sopa, bıçak ve taş darbeleriyle yaralanmıştır. Daha sonra stadyum dışına çıkan Sivas taraftarları stat çevresine park edilmiş 60'dan fazla Kayseri plakalı arabaya zarar vermişler ve bazılarını ateşe vermişlerdir. Kayserisporlu taraftarların da Sivas plakalı araçları ateşe vermesi ile birlikte olaylar daha da büyümüş şehirdeki birçok yer ve dükkânlar yakılmış, yağmalanmıştır. Maç esnasında ve sonrasında çıkan olaylar nedeniyle iki takımın 17 maç saha kapama cezası alması, olayları iyi yönetemediği için Kayseri valisi ve emniyet müdürünün görevden alınması, iki şehrin arasında yıllarca süren düşmanlıkları engelleyememiştir. Bu olayın küçük bir kopyası, 4 ölü ve yüzden fazla yaralıyla sonuçlanan 25 Haziran 1969 tarihli Kırıkkalespor-Tarsus İdman Yurdu maçında yaşanmıştır.

Yine 2000 yılında UEFA Kupasında Galatasaray-Leeds United maçı öncesinde İstanbul'da iki İngiliz taraftarın öldürülmesi, 2004 Kasım ayında bir Beşiktaş taraftarının tribünde bıçaklanması yakın tarihimizde yaşanan stadyum olayları örneklerindedir (Özsoy, 2011).

1.10.3. Şiddete Karşı Alınan Önlemler

Yukarıda bahsi geçen ve benzeri olaylar dünyada ve Türkiye'deki yetkilileri futbolda şiddet ve holiganizm davranışlarına karşı tedbir almaya, araştırmacıları da bu konuyla ilgili çalışmalar yapmaya yöneltmiştir. Tüm bu gayretlerin temel amacı, yeşil sahalardaki şiddet olaylarını asgariye indirmek ve futbolu insanları eğlendikleri bir sektör haline getirmektir. Aşağıda futbol dünyasında yapılan bazı tedbirler kısa başlıklar halinde sıralanmıştır (Koçer, 2012):

- Futbol statlarındaki koltuklar yeniden düzenlenmiş, güvenlik tedbirleri artırılmış, giriş ve çıkış kapıları çoğaltılmış, stadın inşaat kalitesi artırılmıştır. Bu durum taraftarın statlara giriş ve çıkışının daha kolay hale gelmesini ve her hangi bir olay karşısında müdahalenin kolaylaşmasını sağlamıştır. Aynı

zamanda binanın dayanıklılığının artırılması, tel örgülerin kaldırılması insanların sıkışarak zarar görmesi gibi sık yaşanan sıkıntıların aşılmasına yardımcı olmuştur.

- Statlarda tel örgülerin kaldırılması, catering hizmetlerinin başlaması, teknolojik yenilemeler, mağazalar vb. uygulamalarla modernleşmenin sağlanması stadyumu kavga yerinden bir eğlence merkezi haline dönüştürmeye başlamıştır. Böylece taraftarlar hem psikolojik hem de fizyolojik olarak rahatlatmış şiddet eğilimleri azalmaya başlamıştır.
- Statların içi ve dışı kameralarla donatılmış, böylece, sporu provoke eden ve holiganca davranış sergileyen kişiler rahatlıkla tespit edilmeye başlamıştır.
- Polisin futbol seyircisine karşı uyguladığı metotlarda değişikliğe gidilmiş, sert ve katı tutumun yerine pozitif, gerilimi düşüren bir yaklaşım benimsenmiştir. Statdaki polis sayıları azaltılarak, konusunda uzman, eğitim görmüş özel güvenlik elemanlarının sayısı artırılmıştır.
- Ulusal istihbarat servisine bağlı futbol istihbarat birimi kurularak, holiganlar, şiddet eğilimi içinde olanlar maç başlamadan tespit edilmiş ve gerekiyorsa stat içine girmeleri yasaklanmıştır. Hatta daha önce şiddet olaylarına karışanlara, maç tarihlerinde ilgili saatlerde polis birimlerinde bulunma zorunluluğu getirilmiştir.
- Sahaya yabancı madde atılması, ahlak dışı tezahüratta bulunma, seyircinin sahaya girmesi gibi hareketler yasaklanmış, karaborsada bilet satılması suç haline getirilmiştir.
- Futbolda şiddet ve düzensizliğin önlenmesi ile ilgili kanun yayınlanarak, müsabaka öncesinde, esnasında veya sonrasında spor alanları ile bunların çevresinde, taraftarların sürekli veya geçici olarak gruplar halinde buldukları yerlerde veya müsabakanın yapılacağı yere gidiş ve geliş güzergâhlarında şiddet ve düzensizliğin önlenmeye çalışılmıştır.
- Medyanın kitle iletişimindeki gücü kullanılarak, futboldaki kanaat önderlerine, yorumculara gerilimi azaltıcı, futbol kardeşliğini, dostça rekabet etmeyi öne çıkarıcı açıklamalar yaptırılması, aynı zamanda güvenlik tedbirleri ve saha güvenliği ile ilgili bilgiler verilerek, şiddet eğilimi içinde

olan kişilere gözdağı verilmesi yöntemi ile taraftarların sakinleştirilmesi yoluna gidilmiştir.

- Facebook ve twitter gibi sosyal medya ağları kullanılarak özellikle derbi karşılaşmalarında taraftarın ılımlı mesajlarla sakinleştirilmesine gayret gösterilmiştir.
- Futbolu stadyumda aile ile birlikte izleme olanaklarını artırmak, özellikle bayanların tribünlere getirmeyi sağlamak amacı ile bazı maçlarda bilet fiyatlarının yeniden düzenlenmesi, stadyumların fiziki şartlarının ailenin gelebileceği şekilde yeniden tasarlanması yoluna gidilmiştir.



2. GEREÇ VE YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli

Amacı “Süper Lig futbol takım taraftarlarının takımlarına yönelik psikolojik bağlılık düzeyleri ile fanatizm düzeyleri arasındaki ilişkinin” incelenmesi olan bu araştırmada tarama (survey) modeli ve ilişkisel tarama modelleri kullanılmıştır. Tarama modeli, geçmişte veya halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımı olarak bilinmektedir. Araştırmaya konu olan birey, nesne, olay kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır (Karasar, 2003). Bazı Süper Lig taraftarlarının takımlarına psikolojik bağlılıklarının ve fanatizm düzeylerinin belirlenmeye çalışıldığı çalışma alan yazın taramasına dayalı dayalı olarak gerçekleştirilmiş; katılımcıların, cinsiyet, medeni durum, gelir seviyeleri, eğitim durumları, destekledikleri takımları gibi değişkenlerin takımlarına psikolojik bağlılıkları ve fanatizm düzeyleri üzerine etkisi ve birbirleriyle olan ilişkileri incelenmeye çalışılmıştır.

2.2. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray ve Trabzon taraftarları oluşturmuştur. Örneklem grubu ise taraftarlar derneği, (İstanbul, Trabzon, Ankara)ve araştırmada yer alan takımların müsabakaları öncesinde stadyumda ve dışarıda gişe sırası bekleyen taraftarlardan oluşmuştur. Araştırmaya toplam 942 kişi katılmış ve bunların %75,1i (707 kişi) erkek, %24,9u (235 kişi) ise kadın katılımcılardan oluşmuştur.

2.3. Veri Toplama Araçları

2.3.1. Takıma Psikolojik Bağlılık Ölçeği (TPBÖ)

Spor pazarlaması alanında takım bağlılığının ölçülmesi amacıyla geliştirilen ilk ölçek “The Psychological Commitment to Team (PCT)” olarak alan yazına geçmiştir (Mahony et al., 2000). Ölçek geliştirilme aşaması Churchill'in (1979) çalışması ile Pritchard ve arkadaşlarının (1999) ölçek geliştirme çalışmaları temel alınarak gerçekleştirilmiştir. Dört aşamada tamamlanan ölçeğin ilk aşaması ifadelerin oluşturulması, ikinci aşaması oluşturulan ifadelerin test edilmesi, üçüncü aşaması iç tutarlılık ve güvenilirlik analizi ve son aşaması ise faktör analizinin gerçekleştirilmesi sonucu ölçeğin yapı ve yordama geçerliğinin incelenmesi şeklinde tamamlanmıştır. (Mahony et al., 2000).

Mahony ve arkadaşlarının geliştirdiği PCT ölçeğinin Türkçe geçerlik güvenilirlik çalışmasını “Takıma Psikolojik Bağlılık (TPB)” adı altında Eskiler ve ark. (2011) tarafından gerçekleştirmişleridir. TPB ölçeğinin orijinali 7’li likert tipli (1-kesinlikle katılmıyorum ve 7-kesinlikle katılıyorum şeklinde) ve toplamda 14 maddeden oluşmaktadır. Türkçeye uyarlama esnasında gerçekleştirilen çalışmalar sonucunda orijinal ölçekte yer alan tüm maddelerin Türkçe ölçekte de yer almasına araştırmacılar tarafından karar verilmiştir. Gerçekleştirilen faktör analizi sonrasında ölçeğin “Faktör 1: takım değişikliğine direnç, faktör 2: takıma duyulan sadakat ve faktör 3: sadakati sorgulama” olmak üzere üç alt boyuta sahip olduğu gözlemlenmiştir (Eskiler ve ark., 2011).

2.3.2. Futbol Taraftarı Fanatik Olma Ölçeği (FTFOÖ)

FTFOÖ deneme formu, şiddete yönelik düşünce ve fiilleri içeren ifadelerle birlikte olağan futbolsever tutum ve davranışlarına hitap eden, keskin olmayan, yumuşak ifadeleri de içermektedir. Ölçeğin oluşturulmasında esas olan, envanter formundaki ilk sekiz soru bireylerin kişisel özelliklerine ait bilgileri öğrenmeye yöneliktir.

Taraftarların müsabaka şartlarına yönelik tutumlarını ölçmeye yönelik ise toplam 47 soru bulunmaktadır. Envanterin cevaplanmasında likert tipi ölçek kullanılmıştır.

Ölçekte yer alması düşünülen maddeler alanında uzman kişilere gösterilmiş, onların önerileri doğrultusunda gerekli düzenleme ve değişiklikler yapılmıştır. Son olarak, uygulamaya başlamadan bir pilot grup üzerinde deneme formu uygulanmış, yapılan tavsiye ve eleştirilere göre deneme formuna son şekil verilmiştir. Anket uygulanabilirliğini kolaylaştırmak için anket sorularının cevapları “a) Kesinlikle Katılıyorum”, “b) Katılıyorum”, “c) Katılmıyorum” ve “d) Hiç Katılmıyorum” biçiminde dört seçenekli olarak belirlenmiştir. Veriler kodlanırken, “a” seçeneğinden başlayarak sırayla 1, 2, 3, 4 puanları verilmiştir. Geliştirilen ölçek 13 madde ve şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi ve kurumsal aidiyet olmak üzere iki alt boyuttan oluşmuştur (Taşmektepligil ve ark., 2014). Kurumsal aidiyet alt boyutu 8 maddeden oluşmaktadır ve minimum 8, maksimum 32 puan üzerinden hesaplanmıştır. Kurumsal aidiyet alt boyutu ise 5 maddeden oluşmuştur ve minimum 5, maksimum 20 puan üzerinden hesaplanmıştır.

2.4. Verilerin Toplanması

Anketler katılımcılara İstanbul, Ankara ve Trabzon illerinde ulaştırılmıştır. Anket doldurmaya katılımın gönüllük esasına dayandığı ve elde edilecek olan bilgilerin tamamıyla gizli tutulacağı konusunda katılımcılara bilgi verilmiştir ve anket formu hakkında kısa bir açıklama yapılmıştır. Anketlerin doldurulması esnasında araştırmacı katılımcıların yanında durarak gerekli bilgileri vermiş, anketlerin eksiksiz ve hatasız olarak doldurulması sağlanmıştır. Evren ve örnekleme bahsedildiği gibi anketler dernekler ve stadyumlarda müsabakalar sırasında doldurulmuştur. Stadyumlarda anketler aşağıdaki müsabakalar esnasında doldurulmuştur.

- 11.09.2016 : Fenerbahçe – Bursaspor
- 24.09.2016 : Beşiktaş – Galatasaray
- 25.09.2016 : Fenerbahçe – Gaziantepspor
- 02.10.2016 : Osmanlıspor – Fenerbahçe
- 16.10.2016 : Trabzonspor – Akhisar Bld. Gençlik ve Spor

- 28.10.2016 : Gençlerbirliği – Beşiktaş
05.11.2016 : Beşiktaş – Trabzonspor
25.11.2016 : Galatasaray – Bursaspor

2.5. Verilerin Analizi

Araştırmada ölçeklerin kullanılabilirliğinin sağlanabilmesi amacıyla her iki ölçeğe de (TPBÖ, FTFOÖ) iç tutarlılık ve faktör analizleri uygulanmıştır. İç tutarlılık analizleri Kuder-Richardson, , Teta Güvenilirlik Katsayısı gibi testler ile gerçekleştirilebilir (Ercan ve Kan, 2004). Araştırmada iç tutarlılık analizi için Sosyal Bilimler Alanında daha çok kullanılan Cronbach Alpha testi kullanılmıştır. Cronbach (1951) tarafından geliştirilen alfa katsayısı yöntemi, maddeler doğru-yanlış olacak şekilde puanlanmadığında, 1-3, 1-4, 1-5 gibi puanlandığında, kullanılması uygun olan bir iç tutarlılık tahmin yöntemidir (Ercan ve Kan, 2004).

Geçerlik-güvenirlik analizleri sonucunda TPBÖ için Cronbach alpha değeri 0,751 olarak tespit edilirken, FTFOÖ için Cronbach alpha değeri 0,750 olarak tespit edilmiştir. Gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda ise; her iki ölçek için de sonuçlar orijinallerine benzer olarak bulunmuştur. Bulgular bölümünde detaylı olarak verilecek olan faktör analizi sonuçları bize TPBÖ için; “takım değişikliğine direnç, takıma duyulan sadakat ve sadakati sorgulama” olmak üzere orijinal ölçek gibi üç alt boyut sonucunu verirken, FTFOÖ için; “şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi ve kurumsal aidiyet” olmak üzere iki alt boyut sonucunu vermiştir. Bu sonuçlar ışığında her iki ölçeğin de bu araştırma için kullanılabilir olduğu tespit edilerek ölçeklere gerekli testler uygulanmış ve analiz sonuçları Bulgular bölümünde yorumlanmıştır.

Ölçeklerin kullanılabilirliğinin test edilmesi sonrasında ölçeklere normal dağılım testi uygulanmıştır. Normallik testi basıklık (kurtosis) ve çarpıklık (skewness) ve Shapiro-Wilk değerlerine bakılarak değerlendirilmiştir. Basıklık ve çarpıklık değerinin $\pm 1,5$ olması verilerin normal dağıldığının göstergesidir (Gregory ve Corder, 2014). Normallik testi sonucunda normal dağılım gösteren değişkenlere ikili gruplar için parametrik olan bağımsız örneklem t testi, ikiden fazla gruplar için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Belirli değişkenler arasında ilişki

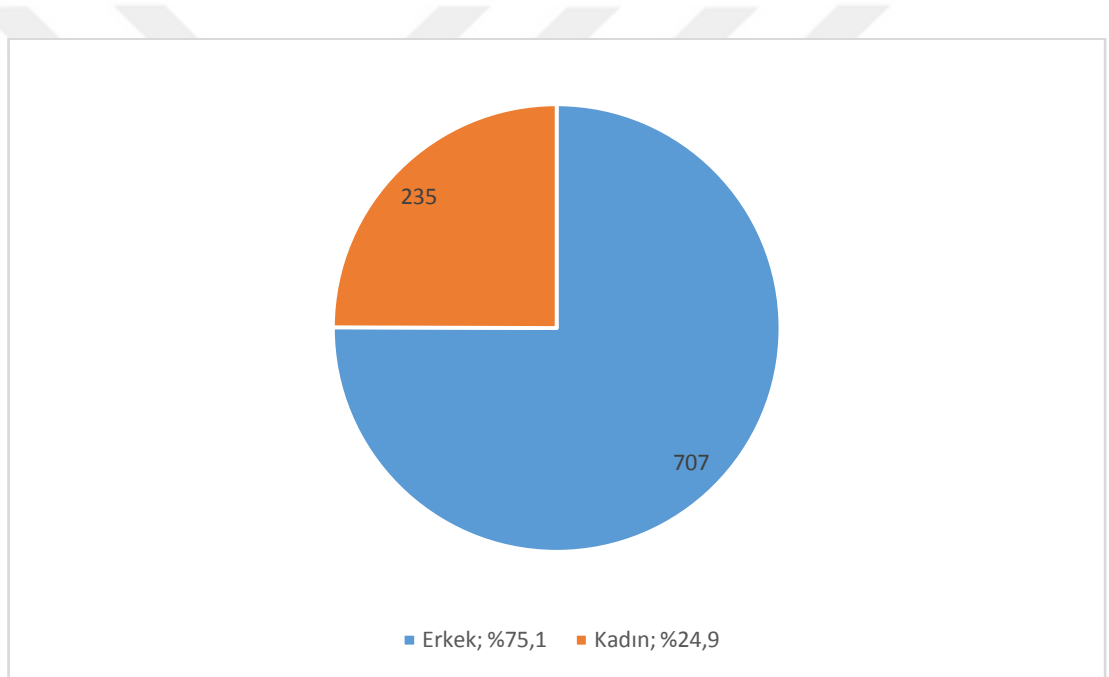
olup olmadığı ise çoklu regresyon testi ile tespit edilmiş ve ilişki bulunan değişkenlerin ilişki dereceleri Pearson moment korelasyon çarpım testi ile incelenmiştir.



3. BULGULAR

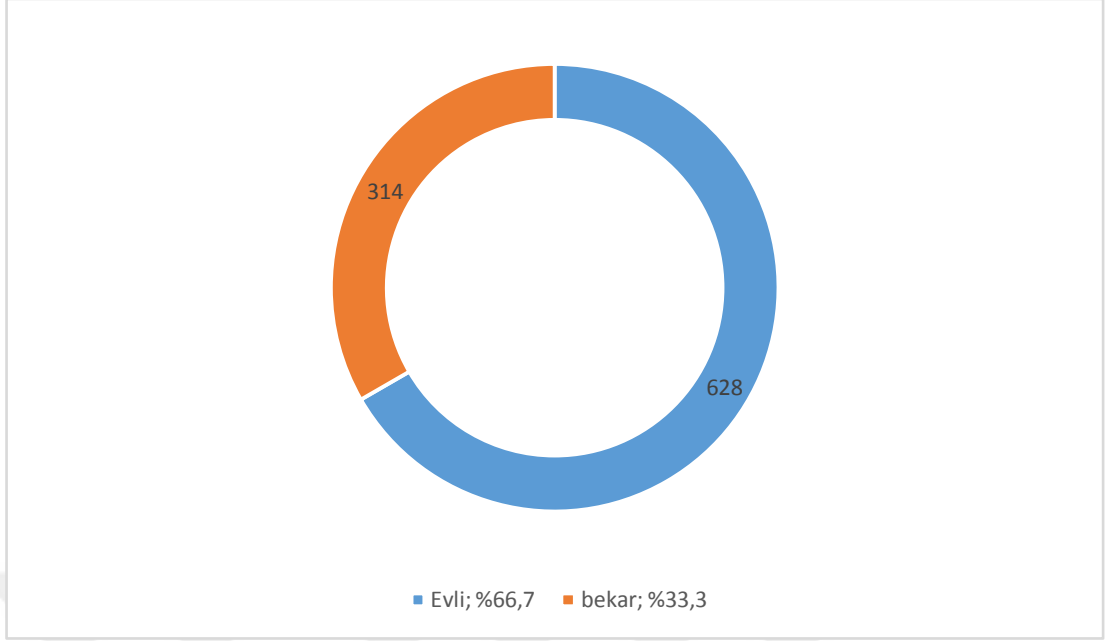
Ölçeklerden elde edilen verilerle ilgili istatistiksel bilgilerin yer aldığı bu bölüm; araştırmaya katılanların demografik bilgileri ile ilgili frekans ve yüzde dağılımları, ölçeklere ait faktör analizi sonuçları, parametrik ve parametrik olmayan testler ve taraftarlarının takımlarına yönelik psikolojik bağlılık düzeyleri ile fanatizm düzeyleri arasındaki ilişkinin inceleme sonuçlarının yer aldığı 4 ana başlıktan oluşmaktadır.

3.1. Demografik Bilgiler



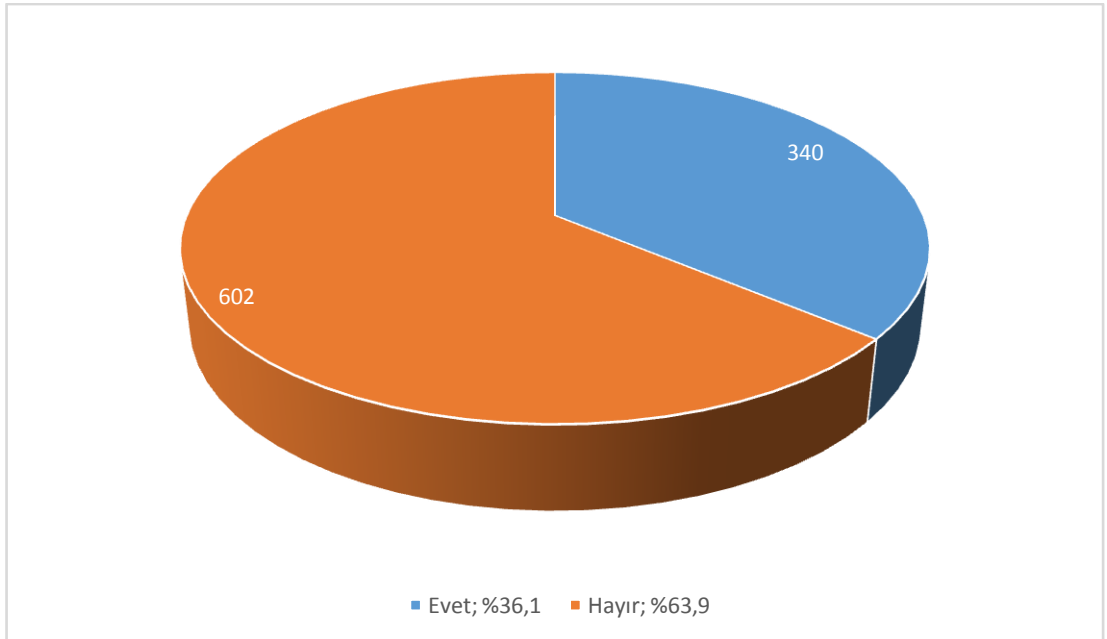
Şekil 3.1. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Yüzde-Frekans Dağılımları

Araştırmaya katılanların cinsiyet bazında değerlendirildiği Şekil 3.1e göre katılımcıların %24.9u (235 kişi) kadınlardan, %75.1i (707 kişi) ise erkeklerden oluşmaktadır.



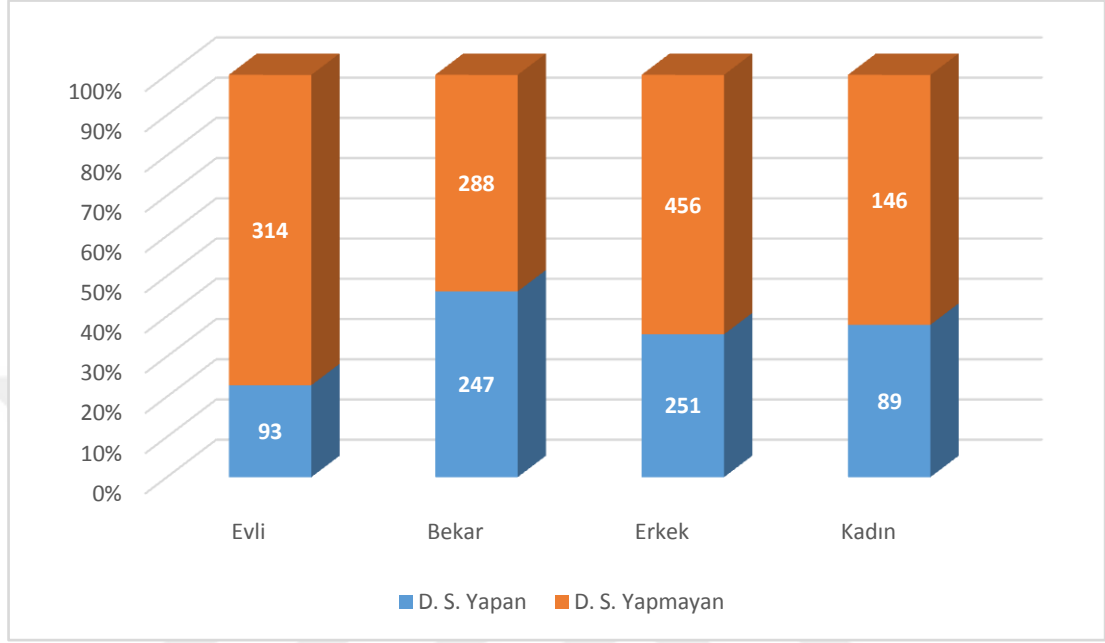
Şekil 3.2. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Yüzde-Frekans Dağılımları

Şekil 3.2 incelendiğinde evli katılımcıların 628 kişi ile bekar katılımcılara oranla araştırmada daha fazla sayıda yer aldıkları görülmektedir. Bekar katılımcılar ise 314 kişi ile araştırmada yer almışlardır.



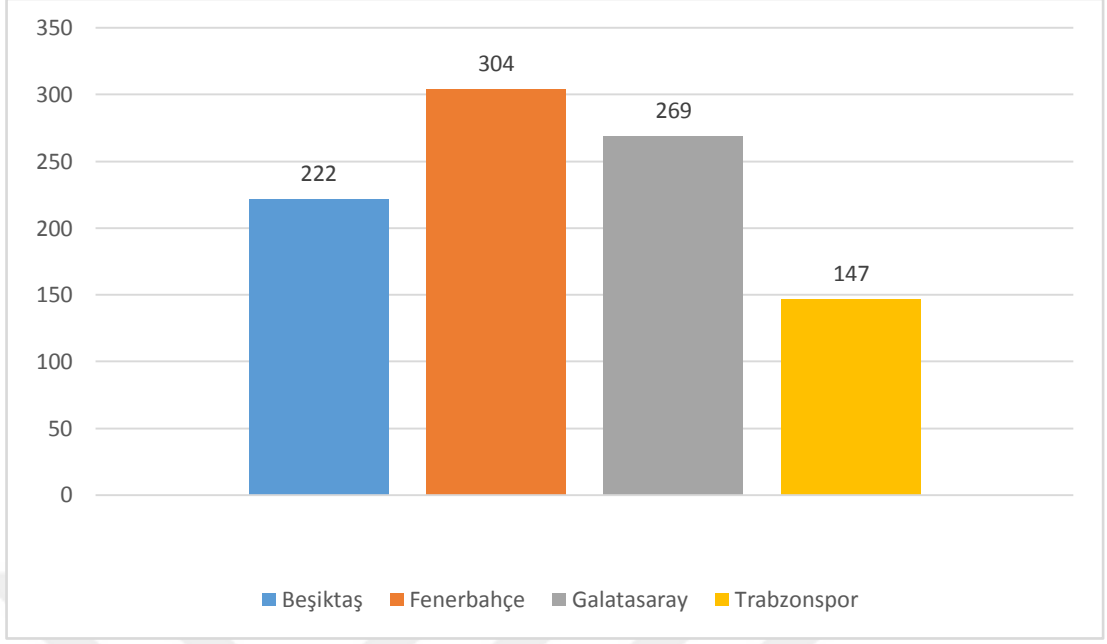
Şekil 3.3. Katılımcıların Düzenli Spor Yapıp Yapmadıklarına Göre Yüzde-Frekans Dağılımları

Araştırmaya katılan katılımcıların %36,1i düzenli olarak spor yaptıklarını ifade ederlerken %63,9u ise düzenli olarak spor yapmadıklarını ifade etmişlerdir (Şekil 3.3).



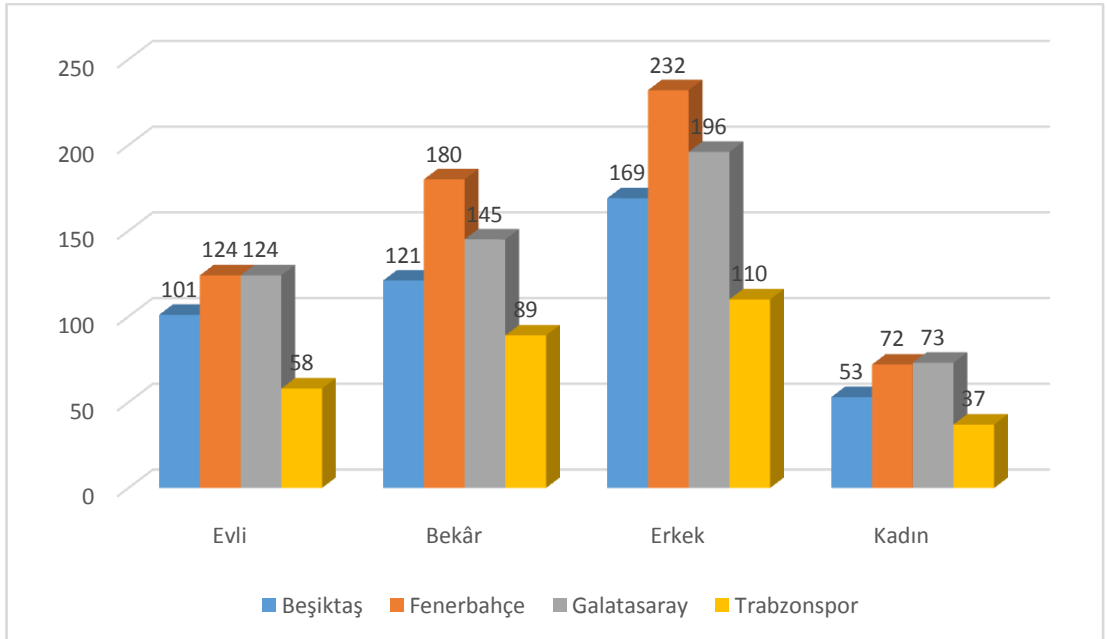
Şekil 3.4. Katılımcıların medeni durumları ve cinsiyetlerine göre düzenli spor yapıp yapmadıklarına dair yüzde-frekans dağılımları

Düzenli spor yapan ve yapmayan katılımcıların medeni durum ve cinsiyetlerine göre incelendiği Şekil 3.4e ait veriler neticesinde düzenli spor yapanevli bireylerin %22,9unun (n=93), bekâr bireylerin %46,2sinin (n=247), erkeklerin %35,5inin (n=251) ve kadınların ise %37,9unun (n=89) araştırmada yer aldıkları tespit edilirken, düzenli spor yapmayanevli bireylerin %77,1inin (n=314), bekâr bireylerin %53,8inin (n=288), erkeklerin %64,5inin (n=456) ve kadınların ise %62,1inin (n=146) araştırmada yer aldıkları tespit edilmiştir.



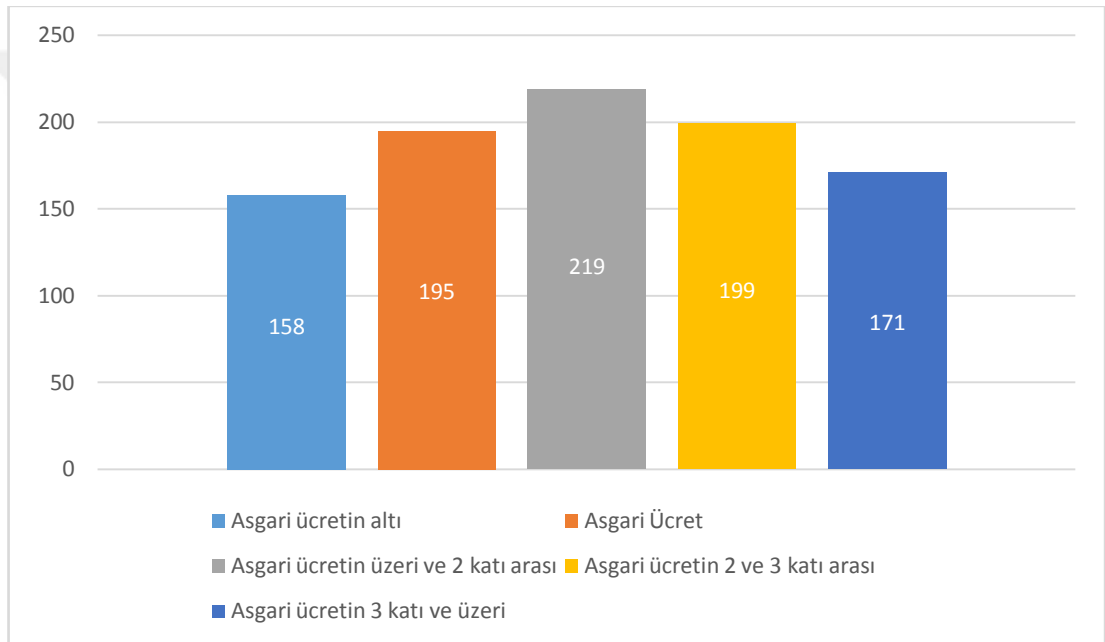
Şekil 3.5. Katılımcıların destekledikleri takımlara göre yüzde-frekans dağılımları

Katılımcılar arasında en fazla taraftar grubu 304 kişi ile Fenerbahçe Spor Kulübüne aitken daha sonra sırasıyla en fazla taraftar grubu; Galatasaray 269, Beşiktaş 222 ve Trabzonspor ise 147 olarak gerçekleşmiştir.



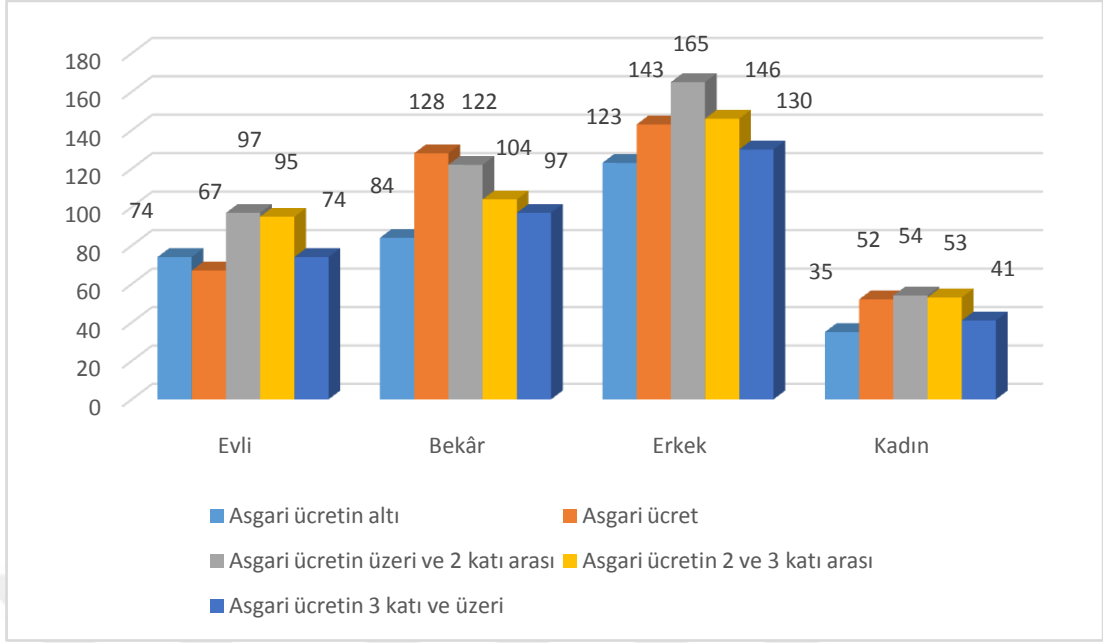
Şekil 3.6. Katılımcıların medeni durumları ve cinsiyetlerine göre destekledikleri takımların frekans-yüzde dağılımları

Taraftar gruplarının medeni durumları ve cinsiyetlerine göre incelendiği Şekil 3.6ya göre evli bireylerde en fazla taraftar 124er katılımcı ile Fenerbahçe ve Galatasaray'a ait iken bu kulüpleri 101 kişi ile Beşiktaş ve 58 kişi ile de Trabzonsporun takip ettiği görülmektedir. Bekâr katılımcılar için ise 180 kişi ile Fenerbahçe en fazla taraftara sahip kulüp durumundadır. Fenerbahçeyi 145 kişi ile Galatasaray, 121 kişi ile Beşiktaş ve 89 kişi ile ise Trabzonspor takip etmektedir. Erkek katılımcılar arasında Fenerbahçe 232, Galatasaray 196, Beşiktaş 169 ve Trabzonspor 110 taraftara sahip iken kadın katılımcılarda Galatasaray 73, Fenerbahçe 72, Beşiktaş 53 ve Trabzonsporun ise 37 taraftara sahip olduğu tespit edilmiştir.



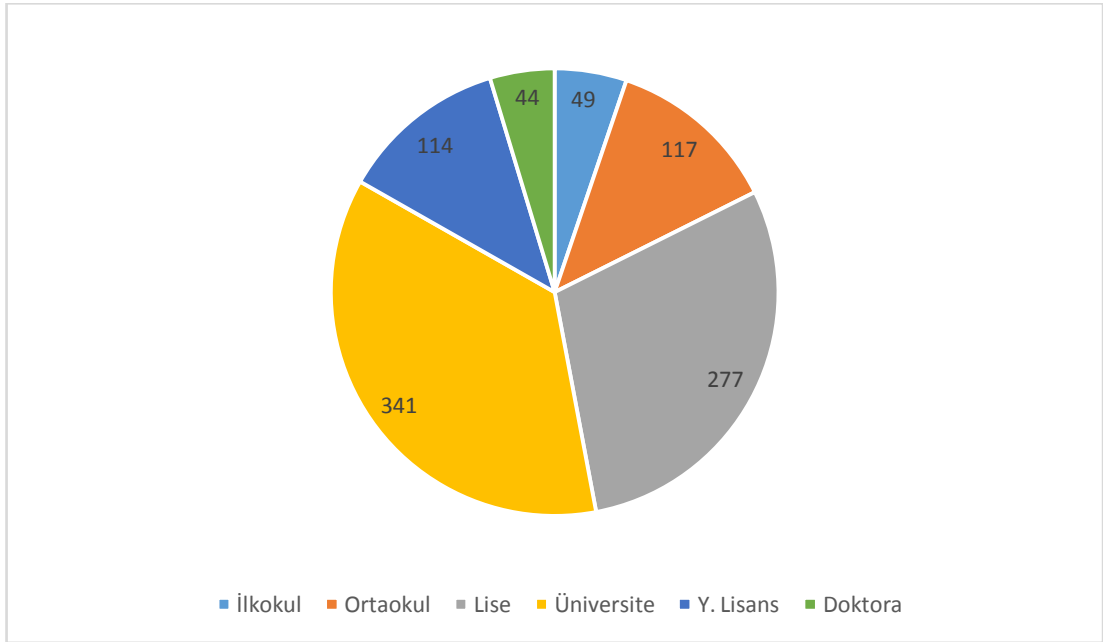
Şekil 3.7. Katılımcıların gelir seviyelerine göre yüzde-frekans dağılımları

Şekil 3.7 incelendiğinde; en fazla katılımcının %23,24 (n=219) ile asgari ücretin üzeri ve 2 katı arası grupta yer aldığı görülmektedir. Bu grubu sırasıyla %21,12 ile (n=199) asgari ücretin 2 ve 3 katı arası, %20,70 ile (n=195) asgari ücret, %18,15 ile (n=171) asgari ücretin 3 katı ve üzeri ve %16,77 ile (n=158) asgari ücretin altı gelire sahip gruplar takip etmektedir.



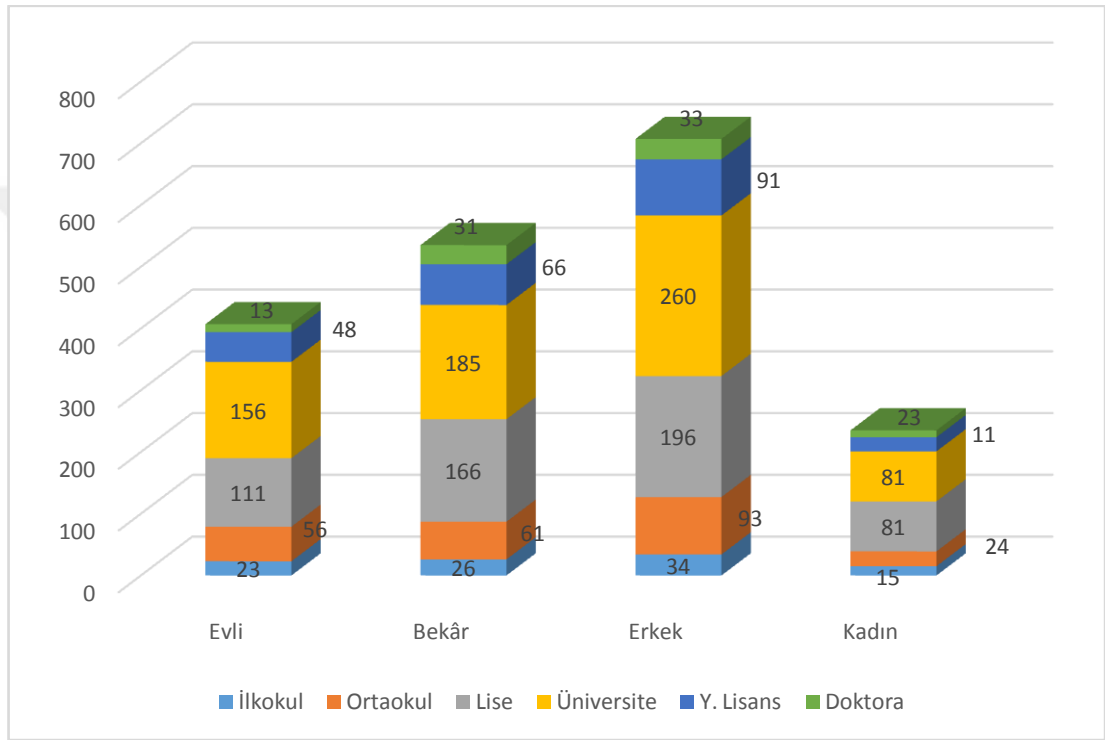
Şekil 3.8. Katılımcıların medeni durumları ve cinsiyetlerine göre gelir seviyelerinin yüzde-frekans dağılımları

Şekil 3.8 incelendiğinde; evli bireylerin en fazla katılımı asgari ücretin üzeri ve 2 katı arası grupta, buna karşın bekâr bireylerin ise en fazla katılımı asgari ücret gelirine sahip grub ile sağladığı görülmektedir. Cinsiyet bazında ise hem erkek hem de kadın katılımcıların asgari ücret ve üzeri grup ile en fazla katılıma sahip oldukları tespit edilmiştir.



Şekil 3.9. Katılımcıların eğitim durumlarına göre yüzde-frekans dağılımları

Eğitim durumlarına göre yüzde-frekans dağılımlarının değerlendirildiği Şekil 3.9a göre üniversite mezunu katılımcıların 341 kişi ile (%36,19) en kalabalık grubu oluşturduğu ve bu grubu sırasıyla; 277 kişi ile (%29,40) lise, 117 kişi ile (%12,42) ortaokul, 114 kişi ile (%12,10) yüksek lisans, 49 kişi ile (%5,20) ilkököl ve 44 kişi ile (%4,67) doktora mezunlarının takip ettikleri tespit edilmiştir.



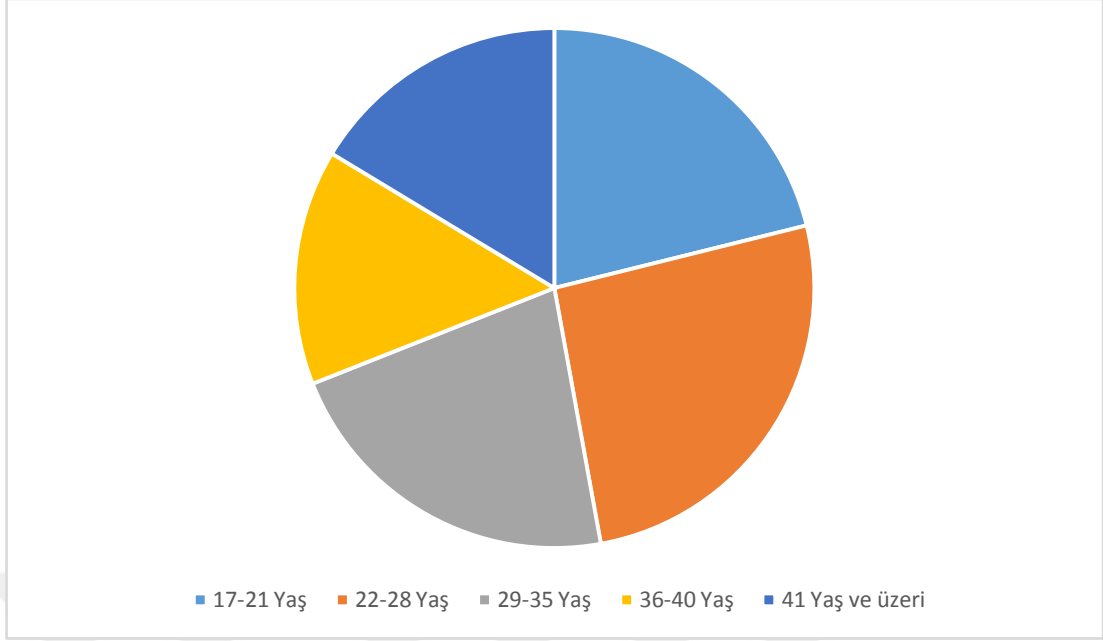
Şekil 3.10. Katılımcıların medeni durumları ve cinsiyetlerine göre eğitim durumlarının yüzde frekans dağılımları

Şekil 3.10 incelendiğinde; evli katılımcıların mezuniyet durumlarına göre üniversite 156, lise 111, ortaokul 56, yüksek lisans 48, ilkököl 23 ve doktora 13 kişi ile araştırmada yer aldıkları, bekâr katılımcıların mezuniyet durumlarına göre ise üniversite 185, lise 166, yüksek lisans 66, ortaokul 61, doktora 31 ve ilkököl 26 kişi ile araştırmada yer aldıkları tespit edilmiştir. Erkeklerin 260'ı üniversite, 196'sı lise, 93'ü ortaokul, 91'i yüksek lisans, 34'ü ilkököl ve 33'ü ise doktora mezunu iken, kadınların 81'i üniversite, 81'i lise, 24'ü ortaokul, 23'ü doktora, 11'i yüksek lisans, 15'i ilkököl ve 23'ü ise doktora mezunu olarak araştırmada yer almışlardır.

Çizelge 3.1. Katılımcıların yaş aralıklarına göre yüzde-frekasn dağılımlarını katılımcıların yaşa göre yüzde frekans dağılımları.

Yaş	N	Yüzde	Kümülatif Yüzde
17,00	26	2,8	2,8
18,00	29	3,1	3,1
19,00	38	4,0	4,0
20,00	34	3,6	3,6
21,00	34	3,6	3,6
22,00	38	4,0	4,0
23,00	38	4,0	4,0
24,00	45	4,8	4,8
25,00	40	4,2	4,2
26,00	39	4,1	4,1
27,00	43	4,6	4,6
28,00	40	4,2	4,2
29,00	32	3,4	3,4
30,00	43	4,6	4,6
31,00	32	3,4	3,4
32,00	39	4,1	4,1
33,00	31	3,3	3,3
34,00	29	3,1	3,1
35,00	36	3,8	3,8
36,00	27	2,9	2,9
37,00	27	2,9	2,9
38,00	22	2,3	2,3
39,00	26	2,8	2,8
40,00	25	2,7	2,7
41,00	27	2,9	2,9
42,00	21	2,2	2,2
43,00	32	3,4	3,4
44,00	21	2,2	2,2
45,00	25	2,7	2,7
47,00	2	,2	,2
48,00	1	,1	,1

Çizelge 3.1e göre araştırmada yaş aralığı 17-48 arasında görülmektedir. En fazla katılım 45 kişi ile 24 yaş grubuna ait iken en az katılım ise 1 kişi ile 48 yaş arası gruba aittir.



Şekil 3.11. Katılımcıların yaş aralıklarına göre yüzde-frekasn dağılımları

Şekil 3.11 incelendiğinde araştırmaya en fazla katılımın 22-28 yaş grubu (245 kişi) tarafından gerçekleştiği ve bu grubu sırasıyla 206 kişi ile 29-35, 199 kişi ile 17-21, 154 kişi ile 41 yaş ve üzeri ve 138 kişi ile 36-40 yaş grubu katılımcıların izledikleri tespit edilmiştir.

3.2. Takıma Psikolojik Bağlılık Ölçeği (TPBÖ) Güvenirlik ve Faktör Analizleri

Çizelge 3.2. TPBÖ KMO ve Barlett Küresellik Tesi Sonuçları

Kaiser- Meyer- Olkin Örneklem Yeterliliği Ölçümü		0,913
Barlett Küresellik Tesi	Yaklaşık ki-kare	2425,115
	SD	91
	P	000

Çizelge 3.2. incelendiğinde, KMO yeterliliği sonucunun 0,913 olduğu ve Barlett küresellik testinin anlamlı ($p < 0,05$) sonuçlandığı tespit edilmiştir.

Çizelge 3.3. TPBÖ Faktör Yük Değerleri

Madde No	Faktör Ortak Varyansı	1. Faktör*	2. Faktör**	3. Faktör***
11	0,776	0,833		
9	0,698	0,748		
10	0,722	0,682		
12	0,670	0,615		
8	0,481	0,586		
13	0,545	0,520		
4	0,705		0,782	
5	0,636		0,725	
2	0,615		0,674	
6	0,527		0,579	
7	0,436		0,547	
3	0,759			0,693
14	0,575			0,604
1	0,543			0,561
Faktörlerin Toplam Varyansa Katkısı				
1. Faktör: %29,369				
2. Faktör: %17,438				
3. Faktör: %7,172				
Toplam: %53,980				
* Takım Değişikliğine Direnç, ** Takıma Duyulan Sadakat, *** Sadakati Sorgulama				

TPBÖ'nin faktör yüklerinin incelendiği Çizelge 3.3e göre ölçeğin 3 alt boyuta sahip olduğu görülmektedir. Faktör yüklerine göre sıralandığında ilk alt boyuta ait maddeler: 11,9,10,12,8 ve 13, ikinci alt boyuta ait maddeler: 4,5,2,6 ve 7, üçüncü alt boyuta ait maddeler ise 3,14 ve 1 olarak görülmektedir. Faktörlerin toplam varyansa yaptıkları katkı ise %53,980 olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 3.4. TPBÖ Anti İmaj Korelasyon Matrisi

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	936													
2	-,018	856												
3	-,052	,016	938											
4	-,115	-,155	-,114	889										
5	-,036	-,039	-,048	-,146	925									
6	-,009	-,057	,070	-,012	-,048	892								
7	-,019	-,057	-,027	-,130	-,036	-,052	924							
8	-,020	-,085	-,090	-,221	-,171	-,045	-,210	896						
9	,016	-,003	-,013	,023	,103	,071	,011	-,210	901					
10	-,057	,001	-,068	-,018	-,073	-,050	-,043	-,098	,089	930				
11	-,024	-,008	-,001	-,018	-,073	-,003	-,035	-,056	-,025	-,020	911			
12	-,022	-,020	-,056	-,168	-,073	-,076	-,097	-,026	-,010	-,059	,000	924		
13	-,084	-,008	,000	-,030	-,008	,023	-,021	-,114	,061	-,001	,023	-,070	898	
14	-,057	-,055	-,046	-,185	-,033	-,010	-,081	-,146	,034	-,130	,000	-,008	,004	924

Çizelge 3.4. incelendiğinde tüm maddelerin çapraz ilişki katsayılarının 0,5in üzerinde olduğu gözlemlenmiştir.

Çizelge 3.5. TPBÖ Alt boyutlar ve ölçeğin tümü için Cronbach Alpha, Spearman Brown ve Split Half Korelasyonları

	Cronbach's Alpha	Spearman-Brown Korelasyonu	Guttman Split Half Korelasyonu
1. Faktör	0,714	0,771	0,822
2. Faktör	0,813	0,757	0,776
3. Faktör	0,765	0,722	0,740
Ölçeğin Tüm Maddeleri	0,751	0,705	0,785

Ölçeğin iç tutarlılığının hesaplanması amacıyla gerçekleştirilen analizler sonucunda tüm alt boyutların Cronbach's Alpha, Spearman-Brown Korelasyonu ve Guttman Split Half Korelasyonu değerlerinin 0,7nin üzerinde olduğu görülmektedir. Ölçeğin tümü için Cronbach's Alpha: 0,751, Spearman-Brown Korelasyonu: 0,705 ve Guttman Split Half Korelasyonu: 0,785 olarak tespit edilmiştir.

3.3. Futbol Taraftarı Fanatik Olma Ölçeği (FTFOÖ) Güvenirlik ve Faktör Analizleri

Çizelge 3.6. FTFOÖ KMO ve Barlett Küresellik Tesi Sonuçları

Kaiser- Meyer- Olkin Örneklem Yeterliliği Ölçümü		0,903
Barlett Küresellik Tesi	Yaklaşık ki-kare	1768,712
	SD	78
	P	000

Çizelge 3.6. incelendiğinde, KMO yeterliliği sonucunun 0,903 olduğu ve Barlett küresellik testinin anlamlı ($p < 0,05$) sonuçlandığı görülmektedir.

Çizelge 3.7. FTFOÖ Faktör Yük Değerleri

Madde No	Faktör Ortak Varyansı	1. Faktör*	2. Faktör**
5	0,791	0,788	
1	0,781	0,762	
9	0,715	0,704	
13	0,668	0,680	
8	0,617	0,630	
11	0,603	0,619	
12	0,549	0,587	
7	0,515	0,509	
4	0,764		0,769
6	0,696		0,705
2	0,623		0,672
3	0,529		0,580
10	0,555		0,548
Faktörlerin Toplam Varyansa Katkısı			
1. Faktör: %37,961			
2. Faktör: %18,741			
Toplam: %56,702			
* Şiddete Yönelik Düşünce ve Eylem Eğilimi, ** Kurumsal Aidiyet			

FTFOÖnin faktör yüklerinin incelendiği Çizelge 3.7ye göre ölçeğin 2 alt boyuta sahip olduğu görülmektedir. Faktör yüklerine göre sıralandığında ilk alt boyuta ait maddeler: 5,1,9,13,8,11,12 ve 7, ikinci alt boyuta ait maddeler ise: 4,6,2,3 ve 10 olarak tespit edilmiştir. Faktörlerin toplam varyansa yaptıkları katkı ise %56,702 olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 3.8. FTFOÖ Anti İmaj Korelasyon Matrisi

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	914												
2	-,108	898											
3	-,081	-,124	919										
4	-,091	-,057	-,062	906									
5	-,052	-,068	-,038	-,066	915								
6	-,099	-,129	,097	-,156	-,041	888							
7	-,051	-,070	-,056	-,032	-,011	-,103	920						
8	-,080	-,059	-,060	-,036	-,031	-,088	-,051	924					
9	-,046	-,109	-,038	-,085	-,071	-,055	-,042	-,017	916				
10	-,048	-,184	-,093	-,151	-,103	-,217	-,062	-,039	,072	884			
11	-,033	-,056	-,013	-,000	-,070	-,043	-,059	-,039	-,034	-,036	907		
12	-,084	,001	-,042	,010	,004	-,016	-,032	-,054	-,015	-,076	,023	879	
13	-,012	-,032	-,062	-,015	-,094	,084	,020	-,031	-,103	-,042	,013	-,054	896

Çizelge 3.8. incelendiğinde tüm maddelerin çapraz ilişki katsayılarınının 0,5'in üzerinde olduğu gözlemlenmiştir.

Çizelge 3.9. FTFOÖ Alt boyutlar ve ölçeğin tümü için Cronbach Alpha, Spearman Brown ve Split Half Korelasyonları

	Cronbach's Alpha	Spearman-Brown Korelasyonu	Guttman Split Half Korelasyonu
1. Faktör	0,788	0,702	0,762
2. Faktör	0,822	0,774	0,758
Ölçeğin Tüm Maddeleri	0,771	0,733	0,756

Çizelge 3.9 FTFOÖ'nin iç tutarlılığının hesaplanması amacıyla gerçekleştirilen analizlerin sonucunu vermektedir. Bu sonuca göre; tüm alt boyutların Cronbach's Alpha, Spearman-Brown Korelasyonu ve Guttman Split Half Korelasyonu değerlerinin 0,7nin üzerinde olduğu görülmektedir. Ölçeğin tümü için Cronbach's Alpha: 0,771, Spearman-Brown Korelasyonu: 0,733 ve Guttman Split Half Korelasyonu: 0,756 olarak tespit edilmiştir.

3.4. Parametrik Testlerin Sonuçları

3.4.1. TPBÖ sonuçları

Çizelge 3.10. Katılımcıların cinsiyetlerine göre takımlarına psikolojik bağılıklarının karşılaştırıldığı bağımsız örneklem t-testi

Alt Boyutlar	Cinsiyet	N	Ortalama Puan	SS (±)	t	p
Takım Değişikliğine	Kadın	235	32,459	2,520	4,838	,000*
Direnç	Erkek	707	37,521	1,689		
Takıma Duyulan Sadakat	Kadın	235	24,574	2,802	3,909	,000*
	Erkek	707	30,974	1,550		
Sadakati Sorgulama	Kadın	235	14,834	2,342	4,777	,000*
	Erkek	707	18,428	1,274		

* p<0,05

Çizelge 3.10 incelendiğinde, tüm alt boyutlar için grupların aritmetik ortalamaları arasındakim değişikliğine direnç: $t=4,838; p<0,05$, takıma duyulan sadakat: $t=3,909; p<0,05$ ve sadakati sorgulama: $t=4,777; p<0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılık erkekkatılımcıların lehine gerçekleşmiştir.

Çizelge 3.11. Katılımcıların medeni durumlarına göre takımlarına psikolojik bağılıklarının karşılaştırıldığı bağımsız örneklem t-testi

Alt Boyutlar	M. Durum	N	Ortalama Puan	SS (±)	T	p
Takım Değişikliğine	Evli	407	36,240	2,966	-0,167	,868
Direnç	Bekâr	535	36,272	2,888		
Takıma Duyulan Sadakat	Evli	407	29,304	3,412	-0,578	,563
	Bekâr	535	29,433	3,359		
Sadakati Sorgulama	Evli	407	17,535	2,371	0,016	,964
	Bekâr	535	17,529	2,132		

Katılımcıların medeni durumlarına göre karşılaştırılması sonucunda hiçbir alt boyutta $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Tüm grupların ortalama puanlarının birbirine çok yakın oldukları Çizelge 3.11de görülmektedir.

Çizelge 3.12. Düzenli spor yapan ve yapmayan katılımcıların takımların psikolojik bağlılıklarının karşılaştırıldığı bağımsız örneklem t-testi

Alt Boyutlar	D. Spor	N	Ortalama Puan	SS (±)	T	p
Takım Değişikliğine Direnç	Evet	340	36,275	2,974	0,114	,910
	Hayır	602	36,250	2,890		
Takıma Duyulan Sadakat	Evet	340	29,320	3,385	-0,391	,696
	Hayır	602	29,410	3,381		
Sadakati Sorgulama	Evet	340	17,488	2,214	-0,451	,652
	Hayır	602	17,556	2,251		

Düzenli spor yapan ve yapmayan katılımcıların TPBLarının karşılaştırılması için gerçekleştirilen analizler sonucunda (Çizelge 3.12) her üç alt boyut için de istatistiksel olarak $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Alt boyutlar için sonuçlar sırasıyla; takım değişikliğine direnç: $t=0,114$; $p=0,910$, takıma duyulan sadakat: $t=-0,391$; $p=0,696$ ve sadakati sorgulama: $t=-0,451$; $p=0,652$ olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 3.13. Katılımcıların gelir seviyelerine göre takımlarına psikolojik bağlılıklarının karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA)

Alt Boyutlar	Gelir	N	Ortalama Puan	SS (±)	F	p
Takım Değişikliğine Direnç	A ¹	158	36,544	2,612	0,664	,617
	A ²	195	36,292	2,790		
	A ³	219	36,260	2,994		
	A ⁴	199	36,045	3,065		
	A ⁵	171	36,204	3,069		
Takıma Duyulan Sadakat	A ¹	158	29,658	3,181	0,713	,583
	A ²	195	29,194	3,848		
	A ³	219	29,319	3,310		
	A ⁴	199	29,216	3,018		
	A ⁵	171	29,590	3,490		
Sadakati Sorgulama	A ¹	158	17,645	2,135	0,621	,648
	A ²	195	17,476	2,264		
	A ³	219	17,589	2,099		
	A ⁴	199	17,341	2,349		
	A ⁵	171	17,637	2,343		

A¹ Asgari ücret altı, A² Asgari Ücret, A³ Asgari ücretin üzeri ve 2 katı, A⁴ Asgari ücretin 2 ve 3 katı arası, A⁵ Asgari ücretin 3 katı ve üzeri

Çizelge 3.13 incelendiğinde hiçbir alt boyut için istatistiksel olarak anlamlı farklılığın oluşmadığı görülmektedir ($p < 0,05$). Buna karşın asgari ücret ve altı gelir seviyeye sahip katılımcıların ortalama puanlarının tüm alt boyutlarda diğer gelir grubuna sahip katılımcılara oranla çok azda olsa daha yüksek puan ortalamalarına

sahip olduğu tespit edilmiş ancak yüksek puanların anlamlı fark oluşturacak kadar etki etmediği de “takım değişikliğine direnç $f=0,664;p=0,617$, takıma duyulan sadakat $f=0,713;p=0,583$ ve sadakati sorgulama $f=0,621;p=0,648$ ” sonuçlarına bakıldığında anlaşılmaktadır.

Çizelge 3.14 araştırmada yer alanların gönül verdikleri takımlarına psikolojik bağlılıklarının karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi sonuçlarını vermektedir.

Çizelge 3.14. Katılımcıların destekledikleri takımlara göre takımlarına psikolojik bağlılıklarının karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA)

Alt Boyutlar	Takım	N	Ortalama Puan	SS (\pm)	F	p
Takım Değişikliğine Direnç	BJK	222	36,473	2,782	0,815	,486
	FB	304	36,296	2,818		
	GS	269	36,066	3,178		
	TS	147	36,210	2,836		
Takıma Duyulan Sadakat	BJK	222	29,373	3,490	0,697	,554
	FB	304	29,592	3,200		
	GS	269	29,234	3,451		
	TS	147	29,204	3,460		
Sadakati Sorgulama	BJK	222	17,599	2,327	0,919	,431
	FB	304	17,664	2,167		
	GS	269	17,386	2,205		
	TS	147	17,421	2,299		

Araştırmada yer alanların destekledikleri takımlarına psikolojik bağlılıklarının incelendiği Çizelge 3.14 bize hiçbir alt boyut için $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farkın oluşmadığını açıkça göstermektedir.

Çizelge 3.15. Katılımcıların eğitim durumlarına göre takımlarına psikolojik bağlılıklarının karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA)

Alt Boyutlar	Eğt. Düzeyi	N	Ortalama Puan	SS (±)	F	p	Anlamlı Fark **
Takım Değişikliğine Direnç	İ	49	36,020	2,657	7,464	,000*	D-İ, D-O, D-L, D-Ü, D-Y
	O	117	36,453	3,055			
	L	277	36,223	3,049			
	Ü	341	36,410	2,819			
	Y	114	35,798	3,037			
	D	44	33,636	3,403			
Takıma Duyulan Sadakat	İ	49	29,122	3,491	3,989	,001*	D-O, D-L, D-Ü, D-Y
	O	117	29,623	2,979			
	L	277	29,375	3,525			
	Ü	341	29,425	3,303			
	Y	114	29,280	3,421			
	D	44	27,159	2,893			
Sadakati Sorgulama	İ	49	17,204	2,371	2,719	,019*	D-O, D-Ü
	O	117	17,760	2,002			
	L	277	17,519	2,240			
	Ü	341	17,680	2,225			
	Y	114	17,289	2,367			
	D	44	16,545	2,472			

* p<0,05, ** anlamlı farkı belirlemek için gerçekleştirilen TUKEY testi
İ: İlkokul, O: Ortaokul, L: Lise, Ü: Üniversite, Y: Yüksek Lisans, D: Doktora

Çizelge 3.15 incelendiğinde her üç boyut için de istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmektedir. Anlamlılık değerleri; takım değişikliğine direnç: $f=7,464;p=000$, takıma duyulan sadakat: $f=3,989;p=001$ ve sadakati sorgulama: $f=2,719;p=0,019$ olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 3.15te farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığının anlaşılabilmesi adına **Anlamlı Fark** sütunu için TUKEY testi gerçekleştirilmiş ve takım değişikliğine direnç boyutu için farkın doktora eğitimine sahip grubun diğer tüm gruplar ile, takıma duyulan sadakat boyutu için farkın doktora eğitimi grubu ile ortaokul, lise, üniversite ve yüksek lisans eğitimine sahip gruplar ile ve sadakati sorgulama alt boyutu için ise doktora eğitimine sahip grubun ortaokul ve üniversite eğitimine sahip gruplar arasında kaynaklandığı tespit edilmiştir. Tüm alt boyutlarda doktora eğitimine sahip grup diğer gruplara göre daha düşük puana sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Çizelge 3.16. Katılımcıların yaş gruplarına göre takımlarına psikolojik bağlılıklarının karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA)

Alt Boyutlar	Yaş	N	Ortalama Puan	SS (±)	F	p
Takım Değişikliğine Direnç	17-22	199	36,241	2,996	1,183	,317
	23-29	245	36,224	2,801		
	30-34	206	36,296	2,939		
	35-39	138	35,644	3,275		
	40+	154	36,090	3,216		
Takıma Duyulan Sadakat	17-22	199	29,407	3,520	0,845	,497
	23-29	245	29,449	3,120		
	30-34	206	29,203	3,206		
	35-39	138	28,862	3,749		
	40+	154	29,422	3,391		
Sadakati Sorgulama	17-22	199	17,527	2,231	0,564	,689
	23-29	245	17,677	2,064		
	30-34	206	17,504	2,245		
	35-39	138	17,362	2,540		
	40+	154	17,409	2,308		

Çizelge 3.16ya göre takım değişikliğine direnç, takıma duyulan sadakat ve sadakati sorgulama alt boyutlarında yaş gruplarına göre $p<0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir.

3.4.2. FTFOÖ Sonuçları

Çizelge 3.17. Katılımcıların cinsiyetlerine göre fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı bağımsız örneklem t-testi

Alt Boyutlar	Cinsiyet	N	Ortalama Puan	SS (±)	t	p
Şiddete Yönelik Düşünce ve Eylem Eğilimi	Kadın	235	27,106	1,435	-4,695	,000*
	Erkek	707	21,031	2,636		
Kurumsal Aidiyet	Kadın	235	14,076	1,553	-8,605	,000*
	Erkek	707	9,004	1,325		

* $p<0,05$

Çizelge 3.17 incelendiğinde,tüm alt boyutlar için grupların aritmetik ortalamaları arasındaşiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi: $t=-4,695;p<0,05$ ve kurumsal aidiyet: $t=-8,605;p<0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir.Gruplar arasındaki ortalama puanların kadınlarda erkek katılımcılara oranla çok daha fazla olduğu görülmektedir.

Çizelge 3.18. Katılımcıların medeni durumlarına göre fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı bağımsız örneklem t-testi

Alt Boyutlar	M. Durum	N	Ortalama Puan	SS (±)	T	p
Şiddete Yönelik Düşünce ve Eylem Eğilimi	Evli	407	22,788	3,499	1,830	,068
	Bekâr	535	23,362	3,590		
Kurumsal Aidiyet	Evli	407	29,304	3,412	,787	,432
	Bekâr	535	29,433	3,359		

Evli katılımcıların şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi alt boyutu için ortalama puanları:22,788 iken bekâr katılımcıların ortalama puanları ise 23,362, evli katılımcıların kurumsal aidiyet alt boyutu için ortalama puanları: 29,304 iken bekâr katılımcıların ortalama puanları ise: 29,433 olarak tespit edilmiştir. Bekâr katılımcıların her iki alt boyut için de ortalama puanları evli katılımcılara oranla yüksek olsa da aradaki puan farkı iki grup için $p<0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılığa neden olmamıştır (Çizelge 3.18).

Çizelge 3.19. Düzenli spor yapan ve yapmayan katılımcıların fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı bağımsız örneklem t-testi

Alt Boyutlar	D. Spor	N	Ortalama Puan	SS (±)	T	p
Şiddete Yönelik Düşünce ve Eylem Eğilimi	Evet	340	22,479	3,591	-,435	,664
	Hayır	602	22,584	3,538		
Kurumsal Aidiyet	Evet	340	10,373	2,605	,921	,357
	Hayır	602	10,211	2,591		

Düzenli spor yapan ve yapmayan katılımcıların FTFÖlerinin karşılaştırılması için gerçekleştirilen analizler sonucunda her iki alt boyut için de istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Alt boyutlar için sonuçlar sırasıyla; şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi: $t=-0,435;p=0,664$ ve kurumsal aidiyet: $t=0,921;p=0,357$ olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 3.20. Katılımcıların gelir seviyelerine göre taraftarların fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA)

Alt Boyutlar	Gelir	N	Ortalama Puan	SS (±)	F	p
Şiddete Yönelik Düşünce ve Eylem Eğilimi	A ¹	158	22,430	3,589	1,046	,382
	A ²	195	22,220	3,715		
	A ³	219	22,465	3,559		
	A ⁴	199	22,879	3,518		
	A ⁵	171	22,442	3,371		
Kurumsal Aidiyet	A ¹	158	10,272	2,401	0,760	,989
	A ²	195	10,141	2,649		
	A ³	219	10,232	2,597		
	A ⁴	199	10,356	2,639		
	A ⁵	171	10,245	2,596		

A¹ Asgari ücret altı, A² Asgari Ücret, A³ Asgari ücretin üzeri ve 2 katı, A⁴ Asgari ücretin 2 ve 3 katı arası, A⁵ Asgari ücretin 3 katı ve üzeri

Çizelge 3.20 incelendiğinde iki alt boyut için de (şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi ve kurumsal aidiyet) istatistiksel olarak anlamlı farklılığın oluşmadığı görülmektedir ($p < 0,05$). Buna karşın asgari ücretin üzeri ve 2 katı gelir seviyeye sahip katılımcıların ortalama puanlarının tüm alt boyutlarda diğer gelir grubuna sahip katılımcılara oranla çok azda olsa daha düşük puan ortalamalarına sahip olduğu tespit edilmiş ancak düşük puanların anlamlı fark oluşturacak kadar etki etmediği de “şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi $f=1,046; p=0,382$ ve kurumsal aidiyet $f=0,760; p=0,989$ ” sonuçlarına bakıldığında anlaşılmaktadır.

Çizelge 3.21 araştırmada yer alanların fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi sonuçlarını vermektedir.

Çizelge 3.21. Katılımcıların destekledikleri takımlara göre fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA)

Alt Boyutlar	Takım	N	Ortalama Puan	SS (±)	F	p	Anlamlı Fark **
Şiddete Yönelik Düşünce ve Eylem Eğilimi	BJK	222	22,486	3,519	3,261	,000*	FB-BJK
	FB	304	20,450	3,182			FB-GS
	GS	269	22,598	3,773			FB-TS
	TS	147	22,741	3,372			
Kurumsal Aidiyet	BJK	222	10,081	2,515	2,440	,002*	FB-BJK
	FB	304	12,654	2,846			FB-GS
	GS	269	10,535	2,846			FB-TS
	TS	147	10,306	2,522			

* $p < 0,05$, ** anlamlı farkı belirlemek için gerçekleştirilen TUKEY testi

Araştırmada yer alanların destekledikleri takımlarına göre fanatiklik seviyelerinin incelendiği Çizelge 3.21e göre şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi ($f=3,261;p=0,000$) ile kurumsal aidiyet alt boyutlarında($f=2,440;p=0,002$) $p<0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 3.21de farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığının anlaşılabilmesi adına **Anlamlı Fark** sütunu için TUKEY testi gerçekleştirilmiş ve her iki boyut için FB taraftarı ile diğer tüm takım taraftarları (BJK, GS, TS) arasında farkın kaynaklandığı tespit edilmiştir. Her iki alt boyutta da FB taraftarlarının diğer takım taraftarlarına göre daha düşük puana sahip olduğu görülmektedir.

Çizelge 3.22. Katılımcıların eğitim durumlarına göre fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA)

Alt Boyutlar	Eğt. Düzeyi	N	Ortalama Puan	SS (±)	F	p	Anlamlı Fark **
Şiddete Yönelik Düşünce ve Eylem Eğilimi	İ	49	22,755	3,810	4,345	,000*	D-İ, D-O, D-L, D-Ü
	O	117	22,128	3,546			
	L	277	22,906	3,505			
	Ü	341	22,560	3,569			
	Y	114	21,082	3,219			
Kurumsal Aidiyet	D	44	19,546	2,894	5,974	,000*	D-İ, D-O, D-L, D-Ü, Y-İ, Y-L
	İ	49	10,551	2,466			
	O	117	9,931	2,500			
	L	277	10,440	2,674			
	Ü	341	9,243	2,295			
	Y	114	7,131	1,958			
	D	44	6,640	1,596			

* $p<0,05$, ** anlamlı farkı belirlemek için gerçekleştirilen TUKEY testi

İ: İlkokul, O: Ortaokul, L: Lise, Ü: Üniversite, Y: Yüksek Lisans, D: Doktora

Çizelge 3.22incelendiğinde her iki boyut için de istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmektedir. Anlamlılık değerleri; şiddete yönelik düşünce ve eylek eğilimi: $f=4,335;p=000$ ve kurumsal aidiyet: $f=5,974;p=0,019$ olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 3.22de farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığının anlaşılabilmesi adına **Anlamlı Fark** sütunu için TUKEY testi gerçekleştirilmiştir. Test sonucunda şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi alt boyutu için farkın; doktora eğitimine sahip grup ile ilkokul, ortaokul, lise ve üniversite eğitimine sahip gruplardan,

kurumsal aidiyet alt boyutu için farkın ise; doktora eğitimine sahip grup ile ilkokul, ortaokul, lise, üniversite eğitimine sahip gruplardan ve yüksek lisans eğitimine sahip grup ile ilkokul ve lise eğitimine sahip gruplar arasındaki puan farklarından kaynaklandığı tespit edilmiştir.

Çizelge 3 23. Katılımcıların yaş gruplarına göre fanatiklik seviyelerinin karşılaştırıldığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA)

Alt Boyutlar	Yaş	N	Ortalama Puan	SS(±)	F	p
Şiddete Yönelik Düşünce ve Eylem Eğilimi	17-22	199	22,261	3,588	,525	,718
	23-29	245	22,665	3,596		
	30-34	206	22,485	3,626		
	35-39	138	22,731	3,529		
	40+	154	22,642	3,394		
Kurumsal Aidiyet	17-22	199	10,196	2,561	0,587	,672
	23-29	245	10,265	2,603		
	30-34	206	10,218	2,470		
	35-39	138	10,572	2,822		
	40+	154	10,168	2,596		

Çizelge 3.23e göre şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi ve kurumsal aidiyet alt boyutlarında yaş gruplarına göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir.

3.5. TPBÖ ile FTFOÖ arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Bu bölümde katılımcıların takımlarına psikolojik bağlılıkları ile fanatiklik düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Taraftarların takımlarına psikolojik olarak yüksek düzeyde bağlı olmalarının fanatiklik düzeylerini ne derecede etkilediği gerçekleştirilen çoklu regresyon analizleri ile açıklanmaya çalışılmıştır.

Çizelge 3.24. katılımcıların takımlarına psikolojik bağlılık seviyelerinin ile fanatiklik seviyelerine etkisinin incelendiği çoklu regresyon analizi sonuçlarını vermektedir.

Çizelge 3.24. Araştırmada yer alanların takımlarına psikolojik bağlılık seviyelerinin fanatiklik seviyelerine etkisinin incelendiği çoklu regresyon analizi

Değişken	Şiddete Yönelik Düşünce ve Eylem Eğilimi			Kurumsal Aidiyet		
	B	SS(±)	β	B	SS(±)	β
Sabit	46,129	1,113		30,793	0,709	
Takım Değişikliğine Direnç	0,196	0,040	0,166*	0,186	0,026	0,216*
Takıma Duyulan Sadakat	0,375	0,037	0,355*	0,310	0,024	0,402*
Sadakati Sorgulama	0,316	0,051	0,200*	0,269	0,032	0,233*
R ²	%38			%53		
* P<0,05						

Çizelge 3.24 incelendiğinde TPBÖ alt boyutlarının (takım değişikliğine direnç, takıma duyulan sadakat ve sadakati sorgulama) FTFOÖ alt boyutlarını (şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi ve kurumsal aidiyet) istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde etkilediği tespit edilmiş ve dolayısıyla aralarında ilişki gözlemlenmiştir. Bu ilişkinin derecesinin anlaşılabilmesi için Çizelge 3.25te korelasyon analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 3.25. Katılımcıların takımlarına psikolojik bağlılık ve fanatiklik seviyeleri arasındaki ilişki derecesinin verildiği Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişken	Şiddete Yönelik Düşünce ve Eylem Eğilimi			Kurumsal Aidiyet		
	N	r	p	N	r	p
Takım Değişikliğine Direnç	942	0,494	0,000*	942	0,591	0,000*
Takıma Duyulan Sadakat	942	0,571	0,000*	942	0,669	0,000*
Sadakati Sorgulama	942	0,485	0,000*	942	0,571	0,000*
* P<0,05						

Takım değişikliğine direnç, takıma duyulan sadakat ve sadakati sorgulama alt boyutlarının şiddete yönelik düşünce ve eylem eğitimi alt boyutu ile sırasıyla $r=0,494$; $0,571$ ve $0,485$ olmak üzere orta derecede ilişkileri olduğu, yine takım değişikliğine direnç, takıma duyulan sadakat ve sadakati sorgulama alt boyutlarının kurumsal aidiyet alt boyutu ile sırasıyla $r=0,591$; $0,669$ ve $0,571$ olmak üzere orta derecenin üzerinde ilişkileri olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların takımlarına psikolojik bağlılık seviyeleri arttıkça fanatiklik seviyeleri de pozitif yönde artmaktadır.

4. TARTIŞMA SONUÇ

Araştırmanın amacı doğrultusunda elde edilen bulgularla ilgili sonuçlara ve bu sonuçların neden ortaya çıkmış olabileceğine ilişkin tartışmalara bu bölümde yer verilmiştir. 4 ana başlık altında ele alınan tartışma sonuç bölümünde; elde edilen demografik verilerin, ölçeklere ait faktör ve güvenirlik analizlerinin, parametrik ve parametrik olmayan analizlerin ve ölçekler arasındaki ilişki sonuçlarının neden sonuç ilişkileri yer almaktadır.

4.1. Demografik Verilerle İlgili Sonuçlar

Araştırmada toplam 942 kişi yer almış ve bunların %24.9unu (235 kişi) kadın, %75.1ini (707 kişi) ise erkek katılımcılar oluşturmuştur. Erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre araştırmada üç kat daha fazla sayıda yer aldıkları görülmektedir. Tachis ve Tzetzis (2015) “profesyonel takım sporlarında izleyici olarak yer alan taraftarların sadakatleri ve psikolojik bağlılıkları arasındaki ilişkilerini” inceledikleri araştırmada anket uygulamalarını futbol maçları öncesinde stadlarda gerçekleştirmiş ve cinsiyet bazında katılanların oranını araştırmaya yakın bir şekilde bulmuşlardır (erkek= 744, kadın= 66). Futbola olan ilginin erkeklerde kadınlara oranla daha fazla olması, anket uygulamalarının genellikle taraftar derneklerinde ve stadlarda olması göz önünde bulundurulduğunda ve ülkemizde ve dünyada futbol seyircilerinin büyük bölümünü erkeklerin oluşturduğu düşünüldüğünde bu sonuç şaşırtıcı değil aksine beklenen bir durumdur.

Araştırmada evli katılımcıların 628 kişi ile bekar katılımcılara oranla daha fazla sayıda yer aldıkları görülmektedir. Bekar katılımcılar ise 314 kişi ile araştırmada yer almışlardır. Giray ve Salman’ın (2008) çalışmalarında ise araştırmamızın tersi oran orantıda medeni durum ortaya çıkmıştır. Çalışmalarına katılanlardan 644 kişi bekâr iken 151 kişi ise evli bireylerden oluşmuştur.

Düzenli spor yapan taraftarlar araştırmada 340 kişi olarak belirlendi. Bunun yanında düzenli spor yapmayan katılımcıların sayısı ise 602 kişi olarak tespit

edildi(Şekil 3.3). düzenli spor yapan 340 kişinin cinsiyetlerine göre dağılımları erkekler 251 ve kadınlar ise 89 kişi olarak belirlendi. Bu sonuca göre Kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre daha fazla düzenli spor yaptıkları görüldü. Şöyleki; Araştırmada erkek katılımcı sayısı toplam 707 kişi iken bunların %35.502si (n=251) düzenli spor yaparken kadinkatılımcı sayısı 235 kişi iken bunların %37,872sinin düzenli olarak spor yaptıkları ve dolayısıyla erkek katılımcılara oranla kadın katılımcıların daha fazla sportif aktivitelerle ilgilendikleri söylenebilir. Araştırmada düzenli spor yapan evli katılımcılar sayısı 93 kişi olarak gözlemlenirken bekâr katılımcılardan düzenli spor yapanların sayısı 247 olarak gözlemlenmiştir. Evli katılımcıların bekâr katılımcılara oranla daha az oranda düzenli spor aktivitelerine katılmamaları çokta şaşırtıcı bir sonuç değildir. Evli bireylerin iş yaşamlarının daha yoğun olması, sadece kendilerine değil aynı zamanda ailelerine karşı da sorumlu olmaları, düzenli spor faaliyetlerine ayıracakları zamanlarını ailelerinin ihtiyaçlarına ayırmak zorunda olmaları gibi durumlar evli bireylerin isteseler de bu tarz aktivitelere düzenli olarak katılmalarının önünde engel olabilir.

Araştırmada yer alan taraftar grupları arasında Fenerbahçe Spor Kulübüne gönül verenlerin sayısı 304, Galatasaray 269, Beşiktaş 22 ve Trabzonsporun renklerine gönül verenlerin sayısı ise 147 kişi olarak sonuçlanmıştır. Evli bireylerde ise bu durum Fenerbahçe ve Galatasaray adına aynı sayıda katılımcının yer alması durumundadır. Her iki kulübe gönül veren evli katılımcıların sayısı 124er kişidir. Beşiktaşın renklerine gönül veren evli katılımcı sayısı 101 kişi iken Trabzonspor için bu rakam 58 kişi ile sınırlı kalmıştır.Bekâr katılımcılar için ise 180 kişi ile Fenerbahçe en fazla taraftara sahip kulüp durumundadır. Fenerbahçeyi 145 kişi ile Galatasaray, 121 kişi ile Beşiktaş ve 89 kişi ile ise Trabzonspor takip etmektedir. Erkek katılımcılar arasında Fenerbahçe 232, Galatasaray 196, Beşiktaş 169 ve Trabzonspor 110 taraftara sahip iken kadın katılımcılarda Galatasaray 73, Fenerbahçe 72, Beşiktaş 53 ve Trabzonsporun ise 37 taraftara sahip olduğu tespit edilmiştir.

Gelir düzeyinde katılımcıların incelenmesi sonucunda asgari ücretin üzeri ve 2 katı arasında gelire sahip katılımcıların 219 kişi ile arştırmada yer aldıkları görüldü. Asgari ücretin 2 ve 3 katı arası katılımcıların sayısı 199, asgari ücret düzeyinde gelire

sahip katılımcıların sayısı 195, asgari ücretin 3 katı ve üzeri gelir seviyesine sahip grubun katılımcı sayısı 171 ve asgari ücretin altında gelir seviyesine sahip grubun katılımcı sayısının ise 158 kişi olduğu tespit edildi.

Şekil 3.7 incelendiğinde; evli bireylerin en fazla katılımı asgari ücretin üzeri ve 2 katı arası grupta, buna karşın bekâr bireylerin ise en fazla katılımı asgari ücret gelirine sahip grub ile sağladığı görülmektedir. Cinsiyet bazında ise hem erkek hem de kadın katılımcıların asgari ücret ve üzeri grup ile en fazla katılıma sahip oldukları tespit edilmiştir.

Araştırmada ilkokul, ortaokul, lise, üniversite, yüksek lisans ve doktora seviyesinde katılımcılar yer almıştır. Bunlardan en fazla sayıda yer alan grup 341 kişi ile üniversite mezunları olmuştur. Lise seviyesi katılımcılar 277, ortaokul 117, yüksek lisans 114 ve doktora seviyesi ise 49 kişi araştırmada yer almışlardır. Futbol taraftarlarının sadakatleri ile ilgili yapılan bir çalışmada eğitim seviyesi 214 lise, 106 üniversite, 56 ortaokul, 19 ilkokul ve 14 yüksek lisans olarak dağılım göstermiştir (Giray ve Girişken, 2015). Futbolun her yaş ve eğitim seviyesi kişilerce sevilen ve takip edilen bir spor dalı olması nedeniyle; belki de başka hiçbir ortam veya organizasyonun bir araya getiremeyeceği bu grupları futbol sevgisi bir araya getirmiştir. Bu bile aslında futbolun fanatizme veya şiddete kaçmayacak şekilde takip edildiğinde ne kadar olumlu bir spor dalı olduğunu insanları sosyal olarak bir araya getirdiğini ve aynı duyguları yaşamalarını sağladığının kanıtıdır. Evli katılımcıların eğitim seviyelerine göre Üniversitemezunu 156, lise 111, ortaokul 56, yüksek lisans 48, ilkokul 23 ve doktora 13 kişi olarak dağılım gösterdikleri bun karşın bekâr katılımcıların ise üniversite 185, lise 166, yüksek lisans 66, ortaokul 61, doktora 31 ve ilkokul 26 kişi olarak dağılım gösterdikleri tespit edildi. Bekâr katılımcıların doktora seviyesi eğitime sahip grubun ilkokul eğitim seviyesine sahip grubun önünde olması dikkat çekicidir. Kariyer planlamasının evlenmeden önce gelmesi ve evliliğin sorumluluğunun kariyerin önüne geçebileceği yorumu bu duruma açıklık getirebilir. Doktora eğitimi ciddi ve çok zaman ayrılması gereken bir süreç gerektirdiği için bekâr bireylerin bu eğitim sürecine daha fazla zaman ayırarak kariyer hedeflerine odaklandıkları da düşünülebilir.

Araştırmaya katılanların yaş aralığı 17-48 arasında tespit edildi. En fazla katılım 45 kişi ile 24 yaş grubuna ait iken en az katılım ise 1 kişi ile 48 yaş arası gruba aittir.

4.2. Faktör ve Güvenirlik Analizleri Sonuçları

Araştırmada kullanılmak üzere ölçeklerin her ikisine de hem faktör hem de güvenirlik analizi uygulanmıştır. Bu analizler uygulanırken ölçeklerin daha önce çok fazla çalışmada kullanılmamış olması, bu araştırmada ve bundan sonraki benzer araştırmada ölçeklerin kullanılabilirliğinin test edilmesi amaçlanmıştır. Ölçeklere uygulanan faktör ve güvenirlik analizi sonuçları her iki ölçek için de Tükçe versiyonları geliştirilen ölçeklerle benzerlik göstermiştir ve bu sonuçlar ışığında ölçeklere araştırmada rahatlıkla kullanılabilir yorumu getirmemizi sağlamıştır.

4.2.1. TPBÖne Ait Sonuçlar

TPBÖne uygulanan faktör analizi sonucunda faktör yüklerinin 3 alt boyutta toplandığı (1. Altboyut maddeleri: 11,9010,12,8; 2. Altboyut maddeleri: 4,5,2,6,7; 3. Altboyut maddeleri: 3,14,1) görüldü. Bu faktörlerin toplam varyansa yaptıkları katkı %53,980 oranında tespit edildi. Çapraz ilişki katsayılarının incelendiği “anti imaj korelasyonu” sonucuna göre hiçbir maddenin 0,5in altında kalmadığı ve dolayısıyla tüm maddelerin araştırmada yer alabileceği ispatlandı. Maddeler için çapraz ilişki katsayıları: 1: 0,936; 2:0,856; 3: 0,938; 4:0,889; 5:0,925; 6:0,892; 7:0,924; 8:0,896; 9:0,901; 10: 0,930; 11:0,911; 12:0,924; 12:0,898 14: 0,924 değerlerinde bulundu. Güvenirlik analizi için gerçekleştirilen iç tutarlılık hesaplaması sonucunda ise tüm alt boyutların Cronbach’s Alpha, Spearman-Brown Korelasyonu ve Guttman Split Half Korelasyonu değerlerinin 0,7nin üzerinde olduğu ve ölçeğin tümü için Cronbach’s Alpha: 0,751, Spearman-Brown Korelasyonu: 0,705 ve Guttman Split Half Korelasyonu: 0,785 olarak tespit edildi. TPBÖ faktör analizi sonuçlarınınEskiler ve arkadaşlarının (2011) ulaştığı sonuçlarla ilişkili bir durum ortaya koyduğu ve dolayısıyla bu ölçeğin çalışmamızda kullanılabilir olduğu tespiti yapıldı.

4.2.2. FTFOÖne Ait Sonuçlar

Faktör analizinin uygulandığı 2. Ölçek olan FTFOÖ sonuçları ölçeğin 2 faktörlü bir yapıya sahip olduğunu ortaya koydu. Buna göre 1. Alt boyuta ait maddeler: 5,1,9,13,8,11,12,7 ve 2. Alt boyuta ait maddeler ise 4,6,2,3,10 olarak tespit edildi. Faktörlerin toplam varyansa yaptıkları katkı %56,702 olarak bulundu. Anti imaj korelasyonu testi sonucu maddelerin çapraz ilişki katsayıları; 1: 0,914; 2:0,898; 3:0,919; 4: 0,906; 5: 0,915; 6: 0,888; 7: 0,920; 8: 0,924; 9: 0,916; 10:0,884; 11: 0,907; 12: 0,879 ve 13: 0,896 . Faktörlerin toplam varyansa yaptıkları katkı ise %56,702 olarak tespit edildi. Tüm alt boyutlarda Cronbach's Alpha, Spearman-Brown ve Guttman Split Half Korelasyon değerleri 0,7nin üzerinde ve ölçeğin tümü için Cronbach's Alpha: 0,771, Spearman-Brown Korelasyonu 0,733 ve Guttman Split Half Korelasyonu ise 0,756 olarak bulundu. Bu sonuçlar ışığında FTFOÖnin kullanılabilirliği test edilerek gerekli koŐulların sağlandığı ispat edilmiş ve araştırma için kullanılmasına karar verilmiştir. FTFOÖ'nin orijinali Taşmektepligil ve arkadaşları (2014) tarafından geliştirilmiştir. Çalışmamızda faktör analizleri sonrasında orijinal ölçekle aynı alt boyutlara sahip olan FTFOÖ orijinal haliyle kullanılmıştır.

4.3. Parametrik Testlerin Sonuçları

Cinsiyet bazında grupların aritmetik ortalamaları arasında takım değişikliğine direnç, takıma duyulan sadakat ve sadakati sorgulama alt boyutlarında erkek katılımcıların kadın katılımcılara oranla daha fazla puana sahip oldukları görüldü. Bu sonuca göre erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre takımlarına psikolojik olarak daha bağlı düzeyde oldukları yorumu yapılabilir. Genel futbol izleyici kitlesinin de erkekler ve bu kitlenin bir kısmının da fanatiklik düzeyinde olduğu göz önüne alındığında kadınların takımlarına psikolojik olarak daha az bağlı olmaları beklenen bir sonuçtur.

Katılımcıların takımlarına psikolojik bağlılıklarının medeni durumlarına göre değerlendirilmesi sonucunda hiçbir alt boyutta $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılık tespit edilemedi. Tüm grupların ortalama puanlarının birbirine çok yakın oldukları

Çizelge 3.11de görülmektedir. Cinsiyet bazında erkeklerin kadınlara göre takımlarına daha bağlı oldukları sonucu ortaya çıkmıştı. Medeni durumda herhangi bir farkın çıkmaması erkeklerin hem bekar hem de evli olarak takımlarına bağlı olan gruplarının birbirine yakın dağılması sonucuna dayandırılabilir.

Düzenli spor yapan ve yapmayan katılımcıların TPBLarının karşılaştırılması sonucunda her üç alt boyut için de istatistiksel olarak $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılığa rastlanmadı. Alt boyutlar için sonuçlar sırasıyla; takım değişikliğine direnç: $t=0,114; p=0,910$, takıma duyulan sadakat: $t=-0,391; p=0,696$ ve sadakati sorgulama: $t=-0,451; p=0,652$ olarak tespit edildi. Düzenli spor yapan kişilerin spor yapmayanlarla takımlarına psikolojik bağlılık seviyelerinin aynı olması şaşırtıcı bir sonuç olarak yorumlanabilir. Şöyle ki; düzenli spor yapan bireyin ruhsal, mental ve fiziksel yönlerinin daha iyi olması beklenir. Ayrıca düzenli spor yapan kişilerin spor bilincinin ve kültürünün spor yapmayanlara oranla daha oturmuş olabileceğinden dolayı fanatizme eğilimlerinin daha az olması beklenebilir.

Katılımcıların gelir durumlarına göre takımlarına psikolojik bağlılık seviyelerinde hiçbir alt boyut için istatistiksel olarak anlamlı farklılığın oluşmadığı gözlemlendi. Buna karşın asgari ücret ve altı gelir seviyeye sahip katılımcıların ortalama puanlarının tüm alt boyutlarda diğer gelir grubuna sahip katılımcılara oranla çok azda olsa daha yüksek puan ortalamalarına sahip olduğu tespit edildi. Ortaya çıkan bu puan farkı anlamlı fark oluşturmayacak değerler; “takım değişikliğine direnç $f=0,664; p=0,617$, takıma duyulan sadakat $f=0,713; p=0,583$ ve sadakati sorgulama $f=0,621; p=0,648$ ” sonuçlarına bakıldığında görülmektedir (Çizelge 3.13). asgari ücret ve altı gelir seviyesine sahip grup araştırmada gelir seviyesi en düşük grup olarak yer almaktadır. Bu grubu sırasıyla asgari ücret ve 2 katı arası, asgari ücretin 2-3 katı arası, asgari ücretin 3-4 katı arası ve asgari ücretin 4 katı ve üzeri gelir seviyesine sahip gruplar izlemektedir. Burada en düşük gelir seviyesine sahip grubun her ne kadar anlamlı farklılık oluşmasa da en yüksek puana sahip olarak takımlarına psikolojik bağlılık seviyesinin diğer gruplara oranla fazla olması dikkat çekicidir. belirli taraftar gruplarının maçlara bedava gitmek ve bu maçlarda genellikle yeme içme gibi etkinliklerini de para vermeden sağladıkları bilinmektedir. Özellikle gelir seviyesi düşük kişilerin taraftar gruplarına katılımlarının diğer gelir

seviyesi gruplarına oranla fazla olabileceği düşünüldüğünde, bu etkinliklerde daha fazla yer almaları sebebiyle takımlarına psikolojik bağlılık puanlarının yüksek olmasının nedenlerinden birisi de bu yaşam tarzı sayılabilir.

Araştırmada yer alanların destekledikleri takımlarına göre psikolojik bağlılıklarının incelenmesi sonucunda hiçbir alt boyut için $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farkın oluşmadığı tespit edildi. Yani 4 büyük takım taraftarları da birbirlerine yakın düzeyde takımlarına bağlılık göstermiştir. Bu sonuç ülkemiz için hiç şaşırtıcı değildir. Amatör Futbol Liglerinde bile taraftarların fanatiklik düzeyine gelerek birçok müsabakada birbirleriyle kavga etmeleri veya küfürlü tezhüratları düşünüldüğünde 4 büyük takım taraftarlarının da birbirlerine yakın sonuçlarda yer alması beklenen bir sonucu yansıtmaktadır.

Katılımcıların gelir seviyelerine göre takımlarına psikolojik bağlılıklarının incelenmesi sonucunda her üç boyut için de istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmektedir. Bu farklılıkların takım değişikliğine direnç boyutu için farkın doktora eğitime sahip grubun diğer tüm gruplar ile, takıma duyulan sadakat boyutu için farkın doktora eğitimi grubu ile ortaokul, lise, üniversite ve yüksek lisans eğitime sahip gruplar ile ve sadakati sorgulama alt boyutu için ise doktora eğitime sahip grubun ortaokul ve üniversite eğitime sahip gruplar arasında kaynaklandığı tespit edildi. Tüm alt boyutlarda doktora eğitime sahip grup diğer gruplara göre daha düşük puana sahip olduğu gözlemlendi. Eğitim seviyesi daha iyi olan grupların eğitim seviyesi düşük olan gruplara oranla tüm alt boyutlarda daha az puana sahip oldukları yani takımlarına bağlılık seviyelerinin daha düşük olduğu görüldü. Burada çıkan sonuca göre; eğitim seviyesi yükseldikçe bireylerin takımlarına olan bağlılıklarının azaldığı ve dolayısıyla fanatiklik seviyelerinin de yüksek seviyelerde olmayacağı yorumu getirilebilir.

Araştırmaya katılanların yaşlarına göre takımlarına psikolojik bağlılıklarının incelendiği Çizelge 3.16ya göre takım değişikliğine direnç, takıma duyulan sadakat ve sadakati sorgulama alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmedi. Araştırmada 17-48 yaş arası bireyler yer aldı. Normal şartlar altında özellikle 17-25 yaş arası gençlerin takımlarına bağlılıklarının daha fazla olması

beklenebilir ancak bizim araştırmamızda tüm yaş grupları arasında hiçbir farklılığın olmaması araştırmanın ilginç sonuçlarından birisi olarak gösterilebilir.

Cinsiyet bazında fanatiklik seviyelerinin karşılaştırılması sonucunda (izelge 3.17)tüm alt boyutlar için grupların aritmetik ortalamaları arasındaşiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi: $t=-4,695;p<0,05$ ve kurumsal aidiyet: $t=-8,605;p<0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edildi. Bu farklılığın kadınlar lehine ortaya çıkması şaşırtıcıdır. Kadınların şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi aritmetik ortalamaları: 27,106 iken erkeklerin: 21,031 ve kadınların kurumsal aidiyet aritmetik ortalamaları: 14,076 erkeklerin ise: 9,004 olarak görülmektedir. Futbol seyircisinin genel bölümünün erkeklerden oluştuğu ve çıkan olayların neredeyse tamamında yine erkeklerin yer aldığı düşünüldüğünde kadınların fanatiklik seviyelerinin erkeklerden daha fazla olması ilginç bir sonucu ortaya koymaktadır. Araştırmada kadınlar 235 kişi ile yer alırken erkekler ise 707 kişi ile yer almışlardır. Anket uygulamalarının taraftar gruplarına da yapıldığı ve bu taraftar grupları arasında kadınların da yer aldığı düşünüldüğünde kadınların erkeklere oranla daha fazla fanatik çıkması normal karşılanabilir. Başka bir açıdan bakılacak olursak; Anket uygulamaları esnasında taraftar derneklerinin hemen hemen hişbirinde kadın katılımcı yer almamıştır. Kadın katılımcıların neredeyse tamamı stadyuma ma izlemeye gelen bireylerden oluşmuştur. Futbol takım taraftarlarının çok büyük kısmını erkekler oluşturmaktadır. Anketlerin uygulandığı müsabakaların birçoğunu derbi maçlar oluşturmuştur. Dolayısıyla bu maçlara takımlarına fanatiklik düzeyinde bağlı erkeklerin dışında da çok fazla sayıda taraftarın gelmesi beklenen bir durumdur. Ancak kadınların erkeklere oranla futbola olan ilgilerinin çok daha az olması düşünüldüğünde, stadyuma gelen kadın taraftarların daha çok fanatiklik düzeyi yüksek kişilerden oluştuğu ve sonuç olarak fanatiklik seviyelerinin erkeklere oranla daha yüksek çıktığı yorumu da bu sonuç için getirilebilir.

Evli katılımcıların şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi alt boyutu için ortalama puanları:22,788 iken bekâr katılımcıların ortalama puanları ise 23,362, evli katılımcıların kurumsal aidiyet alt boyutu için ortalama puanları: 29,304 iken bekâr katılımcıların ortalama puanları ise: 29,433 olarak tespit edildi. Bekâr katılımcıların her iki alt boyut için de ortalama puanları evli katılımcılara oranla yüksek olsa da

aradaki puan farkı iki grup için $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılığa neden olmadığı gözlemlendi (Çizelge 3.18). Medeni duruma göre takımlarına psikolojik bağlılık seviyelerinde de hiçbir alt boyutta farklılık gözlemlenmemiştir. Aynı sonucun fanatizm seviyesi için de çıkması beklenen bir durumdur.

Araştırmaya katılanların düzenli spor yapan ve yapmayan gruplar bazında fanatizm seviyelerinin karşılaştırılması sonucunda her iki alt boyut için de istatistiksel olarak $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılığa rastlanmadı. Alt boyutlar için sonuçlar sırasıyla; şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi: $t = -0,435; p = 0,664$ ve kurumsal aidiyet: $t = 0,921; p = 0,357$ olarak tespit edilmiştir (Çizelge 3.19).

Katılımcıların gelir seviyelerine göre fanatizm düzeyleri arasında herhangi bir anlamlılık tespit edilmedi. Ancak asgari ücretin üzeri ve 2 katı gelir seviyeye sahip katılımcıların ortalama puanlarının tüm alt boyutlarda diğer gelir grubuna sahip katılımcılara oranla çok azda olsa daha düşük puan ortalamalarına sahip olduğu tespit edilmiş ancak düşük puanların anlamlı fark oluşturacak kadar etki etmediği de “şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi $f = 1,046; p = 0,382$ ve kurumsal aidiyet $f = 0,760; p = 0,989$ ” sonuçlarına bakıldığında anlaşılmaktadır.

Katılımcıların destekledikleri takımlarına göre fanatizm düzeylerinde şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi ($f = 3,261; p = 0,000$) ile kurumsal aidiyet alt boyutlarında ($f = 2,440; p = 0,002$) $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu tespit edildi. Bu farkın her iki boyut için FB taraftarı ile diğer tüm takım taraftarları (BJK, GS, TS) arasında olduğu gözlemlendi. Her iki alt boyutta da FB taraftarlarının diğer takım taraftarlarına göre daha düşük puana sahip olduğu görülmektedir. Bir başka deyişle; Beşiktaş, Galatasaray ve Trabzonspor taraftarlarının Fenerbahçe taraftarlarına oranla fanatizm düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşıldı.

Eğitim düzeylerine göre taraftarların fanatizm düzeylerinin karşılaştırılması sonucunda her iki boyut için de istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlendi. Anlamlılık değerleri; şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi: $f = 4,335; p = 0,000$ ve kurumsal aidiyet: $f = 5,974; p = 0,019$ olarak tespit edildi. Oluşan bu farklılığın şiddete

yönelik düşünce ve eylem eğilimi alt boyutu için; doktora eğitimine sahip grup ile ilkokul, ortaokul, lise ve üniversite eğitimine sahip gruplardan, kurumsal aidiyet alt boyutu için farkın ise; doktora eğitimine sahip grup ile ilkokul, ortaokul, lise, üniversite eğitimine sahip gruplardan ve yüksek lisans eğitimine sahip grup ile ilkokul ve lise eğitimine sahip gruplar arasındaki puan farklarından kaynaklandığı tespit edildi. Takıma psikolojik bağlılık seviyesinde olduğu gibi fanatiklik düzeyi için de ortalama puanların eğitim seviyesi yükseldikçe düştüğü görülmektedir. Bu sonuçlara göre eğitim seviyesinin her iki düzey için de önemli bir etken olduğu yorumu yapılabilir.

Katılımcıların yaş dağılımlarına göre şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi ve kurumsal aidiyet alt boyutlarında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilemedi. Tüm yaş grupları için fanatiklik düzeyleri birbirine yakın olarak gözlemlendi.

4.4. TPBÖ ve FTFOÖ Arasındaki İlişkisel Sonuçlar

Çalışmanın ana amacını oluşturan psikolojik bağlılık düzeyleri ve fanatiklik düzeyleri arasında pozitif veya negatif bir ilişki olup olmadığı ile ilgili sonuçlar incelendiğinde (Çizelge 3.24) TPBÖ alt boyutlarının (takım değişikliğine direnç, takıma duyulan sadakat ve sadakati sorgulama) FTFOÖ alt boyutlarını (şiddete yönelik düşünce ve eylem eğilimi ve kurumsal aidiyet) istatistiksel olarak $p < 0,05$ düzeyinde etkilediği tespit edilmiş ve dolayısıyla aralarında ilişki gözlemlenmiştir. Bu ilişkinin derecesinin pozitifmi yoksa negatifmi olduğu ile ilgili yapılan analiz sonucunda takım değişikliğine direnç, takıma duyulan sadakat ve sadakati sorgulama alt boyutlarının şiddete yönelik düşünce ve eylem eğitimi alt boyutu ile sırasıyla $r=0,494$; $0,571$ ve $0,485$ olmak üzere orta derecede ilişkileri olduğu, yine takım değişikliğine direnç, takıma duyulan sadakat ve sadakati sorgulama alt boyutlarının kurumsal aidiyet alt boyutu ile sırasıyla $r=0,591$; $0,669$ ve $0,571$ olmak üzere orta derecenin üzerinde ilişkileri olduğu tespit edilmiştir. Tüm bu sonuçlara göre katılımcıların takımlarına psikolojik bağlılık seviyeleri arttıkça fanatiklik seviyelerinin de pozitif yönde arttığı yorumu yapılabilir.

Araştırma sonuçlarına göre özellikle cinsiyet bazında katılımcıların takımlarına bağlılık ve fanatiklik düzeyinde farklılık olduğu tespit edilmiştir. Erkeklerin takımlarına psikolojik bağlılık düzeylerinin kadınlardan fazla olduğu ancak bunun karşılığında ise kadınların fanatiklik düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucu araştırmanın en çarpıcı bulgularından olmuştur. Ayrıca eğitim seviyesinin yükseldikçe taraftarların hem takımlarına olan psikolojik bağlılıklarının hem de fanatiklik düzeylerinin düştüğü sonucuna varılmıştır. Yine gelir seviyesi yükseldikçe her iki ölçek için de (TPBÖ ve FTFOÖ) taraftarların daha düşük puana sahip oldukları tespit edilmiştir. Taraftarların takımlarına olan psikolojik bağlılıkları ile fanatiklik düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi sonucunda; psikolojik bağlılık seviyesi ne kadar yüksek ise fanatiklik seviyesinin de o derece yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

4.5. Öneriler

- Araştırmanın 4 büyük kulüp taraftarları dışında kalan diğer kulüplere de uygulanması fanatiklik düzeyleri ve takıma bağlılık seviyeleri hakkında Türkiye genelinde daha fazla bilgi edinilmesini sağlayabilir.
- Araştırma takımlarının maçlarına giden ve taraftar grubuna üye olan gruplar dışında kalan bireylere de uygulanabilirse bu grupların da karşılaştırılması sonucunda fanatiklik ve bağlılık düzeyleri hakkında daha derin bilgilere ulaşılabilir.
- Anket uygulamaları imkânlar dahilinde (ekonomik) stadyumların yanı sıra, İstanbul, Ankara ve Trabzon illerinde bulunan takım derneklerine uygulanmıştır. Bu tarz çalışmaların bir proje desteği alınarak en az 30-40 ilde veya yapılabilirse tüm illerde bulunan takım derneklerine uygulanması hem daha fazla kişiye ulaşılabilmesi hem de araştırmanın daha iyi veriler ışığında gerçekleşmesini sağlayabilir.
- Araştırma sonucunda kadın taraftarların erkek taraftarlara göre fanatiklik düzeyleri yüksek çıkmıştır. Bu durum ilgi çekici bir sonuç olarak görülmektedir. Bu konu üzerine çalışma yapacak araştırmacıların erkek ve kadın katılımcılar arasında fanatiklik düzeyini daha derinden incelemeleri ve

bu duruma sebep olan değişkenlerin neler olabileceği ile ilgili bilgileri vermeleri önerilebilir.



5. KAYNAKLAR

- AJZEN I, FISHBEIN M (1977) Attitude-Behavior Relations : A Theoretical Analysis and Review Of Empirical Research, Psychological Bulletin, 84(5), 888-918.
- AKAY A (2002), Toplumbilim Futbol Özel Sayısı, Toplumbilim Altı Aylık Dergi s 16, Önsöz.
- AKŞAR T (2010). Futbolun Ekonomi Politikası, Literatür Yayınları, İstanbul.
- ALLEN N J, GRİSAFFE D B (2001) Employee Commitment to The Organization and Customer Reactions: Mapping The Linkages, Human Resource Management Rewiew, 11: 209-236.
- ALLEN N J, MEYER J P (1993) “Organizational Commitment: Evidence of Career Stage Effects” Journal of Business Research, 26 (1), p. 46-91
- ALTINÖZ M, ÇÖP S, SİĞİNDİ T (2009) Algılanan Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Sinizm İlişkisi: Ankara’ daki Dört ve Beş Yıldızlı Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 1: 287.
- ALVER F (2008) Kapitalist Üretim Sürecinde Irkçılık, Futbol ve Medya. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 1(26), 223–248.
- ALVI, S A, AHMED S W (1987) “Assessing Organizational Commitment in a Developing Country: Pakistan a Case Study”, Human Relations, Vol:40, No:5, p.267 280.
- ANGLE H L, PERRY J L (1981) “An Empirical Assessment of Organizational Commitment and Organizational Effectiveness”, Administrative Science Quarterly, Vol:26, p.1 14.
- ARGAN M, KATIRCI H (2008) Spor Pazarlaması, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul.
- ARMSTRONG G (1998) Football Hooligans:Knowing The Score, Berg, New York, p.6.
- ARSLAN T (2008). Yöneticilerin Statüleri İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Tespitine Yönelik Bir Çalışma, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- ARSLANOĞLU K (2005) Futbolun Psikiyatrisi, İthaki Yayınları, İstanbul, s.309.
- ASSAEL H (1987) Consumer Behavior and Marketing Action (3.Edition). Boston: Kent Publishing.
- ATABEYOĞLU C (1991) Türk Spor Tarihi Ansiklopedisi, Fotospor, İstanbul, s.50.
- BACKMAN S J, CROMPTON J L (1991) Differentiating between high, spurious, latent, and low loyalty participants in two leisure activities. Journal of Park and Recreation Administration, 9 (2), 1-17.
- BAKAN İ (2011) Örgütsel Stratejilerin Temeli Örgütsel Bağlılık, Kavram Kuram Sebep ve Sonuçlar, Gazi Kitabevi, Ankara.

- BALAY R (2000) Yönetici ve Öğretmenlerde Örgütsel Bağlılık, 1. Baskı. Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 56-57.
- BANDYOPADHYAY S and BOTTONE M (1997) Playing to Win, Marketing Management, Spring, 9-19.
- BAR M (2012) Futbol Seyircisini Şiddete Yönelten Faktörlerin Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- BEATTY S E, KAHLE L R, HOMER P (1988) The Involvement-Commitment Model: Theory And Implications. Journal of Business Research, 76(2), 149-167.
- BECKER H S (1960) Notes on the concept of commitment. American Journal of Sociology, 66: 32-42.
- BEE C C, HAVİTZ M E (2010) Exploring The Relationship Between Involvement, Fan Attraction, Psychological Commitment And Behavioural Loyalty In A Sports Spectator Context, International Journal of Sports Marketing & Sponsorships , 1, 140-157.
- BEECH J, CHADWICK S, TAPP A (2000) Surfing in the Premiere League: Key Issues for Football Club Marketers Using The Internet. Managing Leisure, 5.
- BELLİ E (2014) Gençlik Hizmetleri ve Spor İl Müdürlüklerinde Çalışan Personelin Mobbing Düzeylerinin Araştırılması ve Örgütsel Bağlılık Yönünden Değerlendirilmesi, Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- BERGER I E, CUNNINGHAM P H, DRUMWRIGHT, M E (2006) Identity, Identification, and Relationship Through Social Alliances, Journal Of Academy Of Marketing Sciences, 34 (2), 128-137.
- BESWICK B (2010) Focused for Soccer: How to Win the Mental Game (2. Edition), Human Kinetics, Champaign, Illinois.
- BETTENCOURT L A, (1997) Customer Voluntary Performance: Customer As Partners In Service Delivery, Journal of Retailing, 73(3), 383-406.
- BEZİRAY O (2010) Türkiyede Profesyonel Futbolcu Temsilciliği Uygulamaları ve Uygulamaların Profesyonel Futbola Etkilerinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- BLAU G J (2001) On Assessing the Construct Validity of two Multidimensional Constructs: Occupational Commitment and Occupational Entrenchment, Human Resource Management Review, 11, 279-298.
- BLAU G J, LUNZ M (1998) "Testing The Internal Effect of Professional Commitment to Intent to Leave One's Profession Beyond The Effects of External, Personal and Work-Related Variables", Journal of Vocational Behavior, Vol:52, p.260-269.
- BONIFACE P (2007) Futbol ve Küreselleşme, NTV Yayınları, İstanbul, 2007, s.74-75.
- BOWEN J T, SHOEMAKER S (1998) Loyalty : A Strategic Commitment, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. (February), 12-25.

- BRANSCOMBE N R, WANN DL (1992) Physiological Arousal and Reactions to Out-Group Members During Competitions That Implicate an Important Social Identity, *Journal of Aggressive Behavior*, 18, 85-93.
- BYINGTON J R., JOHNSTON J G (1991) "Influences on Turnover of Internal Auditors", *Internal Auditing*, Vol:7, No:2, p.3 10.
- CAPELLA M E (2002) Measuring Sports Fans' Involvement: The Fan Behavior Questionnaire, *Southern Business Review*, 27(2), 30-36.
- CAPELLA M E (2002) Measuring Sports Fans' Involvement: The Fan Behavior Questionnaire, *Southern Business Review*, 27(2), 30-36.
- CAPITAL DERGİ, (2016) <http://www.capital.com.tr/capital-dergi/futbol-sektoru-haberdetay-2064>, 15.01.2017 tarihinde erişilmiştir.
- CARLSON B D, DONAVAN T D (2013) Human Brands in Sport: Athlete Brand Personality and Identification . *Journal of Sports Management*, 27, 193-216.
- CENGİZ A A (2001) Kişisel Özelliklerin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri ve Eskişehir'de Sağlık Personeli Üzerinde Bir Uygulama, *Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.*
- CEYLAN A, ŞENYÜZ P B (2003) "Örgütsel Destek Algısı ve Dâhil Olma-Dışlanmama Algısının Örgütsel Bağlılığa Etkisi-Sigorta Sektöründe Bir Araştırma", *Yönetim Dergisi*, 14/44, 107-119.
- CIALDINI R B, BORDEN R J, THORNE A, et al., (1976) Basking in Reflected Glory: Three (Football) Studies, *Journal of Personality and Social Psychology*, 34(3), 366-375.
- COHEN A (1992) "Antecedents of Organizational Commitment Across Occupational Groups: A Meta Analysis", *Journal of Organizational Behavior*, Vol:13, p.539 554.
- COHEN A (2007) Dynamics Between Occupational and Organizational Commitment in the Context of Flexible Labor Markets: A Review of the Literature and Suggestions for A Future Research Agenda, *Institute Tecnology and Education*, 26, 1-22.
- ÇAKIR B (2006) SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardının Örgütsel Bağlılık ve İş Doyumuna Olan Etkileri, *Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi.*
- ÇELİK K H N (2006) İş Tatmininin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisine İlişkin İlaç Üretim ve Dağıtım Firmalarında Yapılan Bir Araştırma, *Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi.*
- ÇERMİK H, DOĞAN B, ŞAHİN A (2010) Sınıf Öğretmenliği Öğretmen Adaylarının Öğretmenlik Mesleğini Tercih Sebepleri, *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28, 201-212.
- DANILE F M, MADRIGAL R, HOWARD D (2000) Using the Psychological Commitment to Team (PCT) Scale to Segment Sport Consumers Based on Loyalty, *Sport Marketing Quarterly*, 9(1): 15-25.

- DECONICK D, DEAN S C (1996) "Factors Influencing the Organizational Commitment of Female Advertising Executives", *American Business Review*, 14/2, 80-88.
- DEMİREL Y (2008) Örgütsel Güvenin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Tekstil Sektörü Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma, *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 25: 179-194.
- DEMPSEY P, REILLY K (1998) *Big Money, Beautiful Game: Winners And Losers In Financial Football, Saving Football from Itself*, Nicholls Brealey, London.
- DERBAIX C, ALAIN D, OLIVIER C (2002) Colors and Scarves: The Symbolic Consumption of Material Possessions by Soccer Fans, in Susan M. Broniarczyk and Kent n. (ed), *Advances in Consumer Research*, 29, 511- 518.
- DICK A S, BASU K, (1994) Customer Loyalty: Toward An Integrated Conceptual Framework. *Journal of Academy of Marketing Science*, 22(2), 99-113.
- DIETZ-UHLER B, MURRELL A (1999) Examining Fan Reactions to Game Outcomes: A Longitudinal Study of Social Identity, *Journal of Sport Behavior*, 22(1), 15-27.
- DONUK B, ŞENDURAN F (2006) *Futbolun Anatomisi (1. Baskı)*, Ötüken Neşriyat Yayınevi.
- DUNNING E (1999) *Sport Matters: Sociological Studies of Support, Violence and Civilisation*, Routledge, London, p.130.
- DUTTON J E, DUKERICH J M, HARQUAİL C V (1994) Organizational Images and Member Identification. *Administrative Science Quarterly*, 39 (6), 239-263.
- DUYAR D (2011) *Futbol Seyircisinde Saldırganlık Davranışlarının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- EĞİLMEZKOL G (2011) *Çalışma Yaşamında Örgütsel Adalet ve Örgütsel Bağlılık: Bir Kamu Bankasındaki Çalışanların Örgütsel Adalet ve Örgütsel Bağlılık Algılayışlarının Analizine Yönelik Bir Çalışma*. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi.
- ERCAN I, KAN I (2004), Ölçeklerde Güvenirlik ve Geçerlik, *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30 (3), 211-216.
- EREN V, DURNA U (2005) Üç Bağlılık Unsuru Ekseninde Örgütsel Bağlılık, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6: 210-219.
- ERKAL M, BALAOĞLU B, BALAOĞLU F (1997) *Ansiklopedik Sosyoloji Sözlüğü*, Der Yayınları, İstanbul.
- Erkan Kırac, *Futbolda Şiddet ve Çıkış Yolları Üzerine Bir Deneme*", www.sporhukuku.org.tr, Erişim Tarihi: 05.03.2012, s.1.
- ESKİLER E, SARI İ, SOYER F (2011) Takıma Psikolojik Bağlılık Ölçeğinin Türkçe Formunun Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi* 8(1): 1428-1440.

- FELDMAN A S, MOORE W E (1982) Labor Commitment and Social Change in Developing Areas, Greenwood Press Publishers, Connecticut.
- FERNANDO F A, VITOR K C N, JOSE A M, ANDRES R V (2016) Effect of Victories and Defeats on the Attitude of Soccer Fans: a Study Concerning Pitchman, Involvement and Fanaticism, *Brazilian Business Review*, 13 (4): 24-48.
- FICHMAN M, Levinthal D A (1991) Honeymoons and the Liability of Adolescence: A New Perspective on Duration Dependence In Social and Organizational Relationships. *Academy of Management Review*, 16 (2), 442-468.
- FISHBEIN M, AJZEN I (1975) *Belief, Attitude And, Behavior : An Introduction Of theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- FISHBEIN M, AJZEN I (1973) Attitudes Toward Objects As Predictors Of Single And Multiple Behavioral Criteria, *Psychological Review*, 81(1), 59-74.
- FUNK D C, RIDINGER L L, MOORMAN A M (2001) Understanding Consumer Support: Extending The Sport Interest Inventory (Sii) To Examine Individual Differences Among Women's Professional Sport Consumers, *Sport Management Review*, 6 (1), 1-31.
- FUNK, D C, JAMES J (2001) The Psychological Continuum Model: A Conceptual Framework for Understanding an Individual's Psychological Connection to Sport, *Sport Management Review*, 4 (1), 119-150.
- FURUHOLT B, Skutle N (2008) Strategic Use of Customer Relationship Management (CRM) in Sports: The Rosenborg Case, *Advances in Information Systems Development*, 123-133.
- GAERTNER K N, Nollen S D (1989) Career experiences, perceptions of employment practices, and psychological commitment to the organization. *Human Relations*, 42 (11), 975-991.
- GAHWILER P, HAVITZ M E (1998) Toward A Relational Understanding Of Leisure Social Worlds, Involvement, Psychological Commitment, And Behavioral Loyalty, *Leisure Sciences*, 20 (1), 1-23.
- GANTZ W and WENNER L A (1995) Fanship and Television Sports Viewing Experience, *Sociology of Sport Journal*, 12, 56-74.
- GENÇER RT, KİREMİTÇİ O, BOYACIOĞLU H (2009) Seyirci Katılım Kararı Ölçeği'nin (Skk) Doğrulayıcı Faktör Analizi, *e-Journal of New World Sciences Academy*, 4 (4), 341-348.
- GIFFORD C (2009). *Football*, Evans Publishing, London.
- GLISSON C, DURICK, M. (1988) "Predictors of Job Satisfaction and Organizational Commitment in Human Service Organizations" *Administrative Science Quarterly*, Vol:33, No:1, p.61 81.
- GİRAY C, SALMAN G G (2008) Fenerbahçe Taraftarlarının Takımlarına Yönelik Psikolojik Bağlılıkları İle Saldırganlıkla İlgili Tutumları Arasındaki İlişki, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13): 147-157.

- GİRAY C, GİRİŞKEN Y (2015) Taraftar Motivasyon Faktörlerinin Davranışsal Sadakat Üzerindeki Etkisi: Fenerbahçe Spor Kulübü Örneği, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11(2): 119-137.
- GÖKULU G (2004) Terör Eylemlerinin Medyaya Yansıması 15-20 Kasım 2003 İstanbul Saldırıları Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Polis Akademisi Suç Araştırmaları ABD, Ankara.
- GREENBERG J, BARON R A (1995) Behavior in Organizations, Understanding and Managing the Human Side of Work, Prentice-Hall, Inc., New Jersey.
- GREGORY W C, CORDER D I F (2014) Nonparametric Statistics “A Step-by-Step Approach, Second Edition, Wiley Hoboken, New Jersey.
- GÜÇLÜ H (2006) Turizm Sektöründe Durumsal Faktörlerin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No.1681, Eskişehir.
- GÜL H (2002) Örgütsel Bağlılık Yaklaşımlarının Mukayesesi ve Değerlendirmesi, Ege Üniversitesi İİBF Ege Akademik Bakış, 1: 37-55.
- HACIYEV İ (2011) Futbol Fanatizmi ve Türk Televizyonlarında Futbol Programları İlişkisi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- HALİS M, ŞAHİN M H, PENÇE S ve ark. (2005) Futbol Takımı Taraftarlarının Şiddet ve Saldırganlığa Bakışlarına İlişkin Bir Araştırma, Polis ve Sosyal Bilimler Dergisi, 2 (3), s.2.
- HANDY C (1993) Understanding Organizations, 4 rd Edition, Penguin Business, 44-45.
- HARRY H K, GALEN T T (2003) A Reexamination of the Construct and Concurrent Validity of the Psychological Commitment to Team Scale, Sport Consumption, 12 (2): 88-93.
- HIRT E R, ZILLMAN D, ERICKSON G A. and KENNEDY C (1992) Costs and Benefits of Allegiance: Changes in Fans’ Self-Ascribed Competencies After Team Victory Versus Defeat, Journal of Personality and Social Psychology, 63, 724-738.
- HOGG M A, Terry D J, White K M (1995) A Tale of Two Theories: A Critical Comparison of Identity Theory With Social Identity Theory, Social Psychology Quarterly, 58 (4), 255-269.
- HREBINIAK L G, ALUTTO J A (1972) “Personal and Role-Related Factors in the Development of Organizational Commitment, Administrative Science Quarterly, 72(17), p.555 572.
- HUBER G P (1991) Organizational Learning: The Contrib- Uting Processes and The Literature. Organization Science , 2, 88-125.
- IWASAKİ Y, Havitz M E (1998) A path analytic model of the relationships between involvement, psychological commitment, and loyalty. Journal of Leisure Research, 30 (2), 256-280.

- İLSEV A (1997) Örgütsel Bağlılık: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi.
- İNCE M, Gül H (2005) Yönetimde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Bağlılık (1. Baskı), Çizgi Kitabevi, Konya.
- JOHNSON W R, JONES G (1991) “The Effects of Equity Perceptions on Union and Company Commitment”, Journal of Collective Negotiations in The Public Sector, Vol:20, No:3, p.235 244.
- KAĞITÇIBAŞI Ç (1992) İnsan ve İnsanlar, Sosyal Psikolojiye Giriş, Evrim Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 1992, 66-67.
- KAMA B (2005) Çalışanların İş Güvencesine İlişkin Algılamalarının İş Tatminleri Örgütsel Bağlılıkları ve İşten Ayrılma Niyetleri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- KANTER R M (1968) Commitment and Social Organization: A Study of Commitment Mechanisms in Utopian Communities. American Sociological Review, 33: 499-517.
- KARAHAN A (2008) Hastanelerde Liderlik ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Sosyal Bilimler Dergisi, 1: 36-37.
- KARASAR N (2003) Bilimsel Araştırma Yöntemi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara
- KATIRCI H (2011) Türkiye’de Futbol Pazarının Baş Aktörleri: Üç Büyükler ve Pazarlama Faaliyetleri, Pamukkale Journal of Sport Sciences, 2(2), 28-40.
- KAZAN B (2009) Türkiyede Futbol, Fanatizm ve Şiddet. Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- KERSTETTER D, KOVICH G M (1997) An Involvement Profiles of Division I Women's Basketball Spectators, Journal of Sport Management, 2, 234–249.
- KERVANCI F (2013) Tükenmişlik Sendromunun Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi.
- KIM Y K (2008) Relationship Framework in sport management: how relationship quality affects sport consumption behaviors, Dissertation Presented to the Graduate School o the University of Florida, 11-55.
- KOÇER M (2012) Futbol Derneklerine Üye Olan Taraftarların Şiddet ve Holiganizm Eğilimlerinin Belirlenmesi: Kayseri Örneği, Sosyal Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 32(1): 111-135.
- KORUÇ Z, BAYAR P, ARSLAN F (2004) “Türkiye’de Futbol Fanatikleri: Sosyal Kimlik ve Şiddet”, Türkiye Futbol adamları Derneği Ankara Şubesi ve Spor Toto Genel Müdürlüğü Futbol Müsabakalarında Terörün Nedenleri ve Önleme Yolları Bilimsel Araştırma Yarışması, Ankara.

- KÖSE H (2014) Algılanan Taraftar Odaklılık ve İlişki Kalitesinin Taraftar Tüketim Davranışı Üzerine Etkisinin İncelenmesi. Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- KURU E, VAR L (2009) “Futbol Seyircilerinin Spor Alanlarındaki Saldırganlık Davranışları Hakkında Betimsel Bir Çalışma: Kırşehir İli Örneği”, Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, 10 (2): s.142.
- KÜÇÜK V (2009) Futbolda Yetenek Seçimi, Türkiye Futbol Federasyonu Futbol Geliştirme Merkezi Futbol Eğitim Yayınları, İstanbul.
- KWON H, Trail G (2003) A Re-Examination Of The Construct And Concurrent Validity Of The Psychological Commitment To Team Scale, *Sport Marketing Quarterly* (12), 88-93.
- LAVERIE D A (1998) Motivations for Ongoing Participation In A Fitness Activity, *Journal of Leisure Sciences*, 20, 277-302.
- LIOU K, NYHAN R C (1994) Dimensions of Organizational Commitment in The Public Sector: An Empirical Assessment, *Public Administration Quarterly*, 18: 99-118.
- LUTHANS F, BAACK D, and TAYLOR L (1987) “Organizational Commitment: Analysis of Antecedents”, *Human Relations*, Vol:40, No:4, p.219-236.
- LYNCH P D, EISENBERGER R. and ARMELI S (1999). “Perceived Organizational Support: Inferior-Versus-Superior Performance by Wary Employees”, *Journal of Applied Psychology*, 84,467-483.
- MADRIGAL R (1995) Cognitive and Affective Determinants of Fan Satisfaction With Sporting Event Attendance, *Journal of Leisure Research*, 27, 205-227.
- MAHONY D F, MADRIGAL R, Howard D (2000) Using the Psychological Commitment to Team (PCT) Scale to Segment Sport Consumers Based On Loyalty, *Sport Management Quarterly* , 9 (1), pp. 15-24.
- MAHONY D F, MADRIGAL R, HOWARD D (2000) Using the Psychological Commitment to Team (PCT) Scale to Segment Sport Consumers Based On Loyalty, *Sport Management Quarterly*, 9 (1), pp. 15-24.
- MAHONY D F, MADRIGAL R, HOWARD D (2000) Using The Psychological Commitment To Team (Pct) Scale To Segment Sport Consumers Based on Loyalty, *Sport Marketing Quarterly*, 9 (1), 15-25.
- MARTIN T N, HAFER J C (1995) “The Multiplicative Interaction Effects of Job Involvement and Organizational Commitment on the Turnover Intentions of Full-Time and Part-Time Employees”, *Journal of Vocational Behavior*, 46, 310-331.
- MATHIEU J E, ZAJAC D M (1990) “A Review and Meta-Analysis of the Antecedents, Correlates and Consequences of Organizational Commitment”, *Psychological Bulletin*, Vol:108, No:2, p.171 194.
- MCCAUL H S, HNSZ V B, MCCAUL K D (1995) “Assessing Organizational Commitment: An Employee’s Global Attitude Toward The Organisation”, *Journal of Applied Behavioural Science*, Vol:31, No:1, p.80 90.

- MEYER J P, ALLEN N J (1990) The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normatif Commitment to The Organization, Journal of Occupational Psychology, 63: 1-18.
- MEYER J P, ALLEN N J (1991) “A Three Component Conceptualization of Organizational Commitment”, Human Resources Management Review, 1, 61-89.
- MEYER J P, ALLEN N J (1991) A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment, Human Resource Management Review, 1: 61-89.
- MEYER J P, SMITH C A (2000) Hrm Practice and Organizational Commitment: Test of A Mediation Model, Canadian Journal of Administrative Sciences, 17: 320.
- MEYER J P, STANLEY D J, HERSCOVİTCH L, TOPOLNYTSKY L (2002) “Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization: A Meta-Analysis of Antecedents, Correlates, and Consequences”, Journal of Vocational Behavior, 61:1, 20-52.
- MİLLİYET (2016) <http://blog.milliyet.com.tr/turkiye-deki-futbolun-ekonomik-degeri-ve-dunya-siralamasindaki-yeri-/Blog/?BlogNo=522498>, 15.01.2017 tarihinde erişilmiştir.
- MOWDAY R T, PORTER L W, STEERS R M (1982) Employee-Organization Linkages: The Psychology Of Commitment, Absenteeism and Turnover, New york:Academic Pres, 63: 364-365.
- MULLIN B, HARDY S, SUTTON W (2000) Sport Marketing, 2nd ed. IL: Human Kinetics.
- MUTLU K (1991) Sporda Anarşi Şiddet, Spor Ahlakı ve Spor Felsefesine Yeni Yaklaşımlar, İstanbul.
- NTVSPOR (2004) Futbolda Şiddetin Kökenleri, <http://www.arsiv.ntv.com.tr/news/257334.asp>, 2 Ocak 2017 tarihinde erişilmiştir.
- OLIVER N (1990) Rewards, Investments, Alternatives and Organizational Commitment, Journal of Occupational & Organizational Psychology, 63: 1-19.
- ÖĞÜT G E (2010) “Futbolun Dayanılmaz Çekiciliği, Büyülenen Taraftar Portresi, Fanatizm ve Beşiktaş”, Milli Folklor Kültür ve Araştırma Dergisi, 22 (85): s.174.
- ÖZDEVECİOĞLU M (2003) Algılanan Örgütsel Adaletin Bireylerarası Saldırgan Davranışlar Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Erciyes Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, (21):78.
- ÖZSOY S (2011) Spor Gazetelerinin Başlıklarında Militarist ve Şiddet İçerikli Metaforlar, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 1:88-114.
- ÖZUTKU H (2008) Örgüte Duygusal, Devamlılık ve Normatif Bağlılık İle İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 2: 79-97.
- PAKSOY E (2014) Futbol Fanatizmi, Taraftar Kimliği: Beşiktaş Çarşı Taraftarlarının Taraftarlıkla İlgili Davranışlarının İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

- PERÇİN M (2008) İşletmenin Örgüt Yapısının İşgörenlerin Örgütsel Bağlılığına Etkisine İlişkin Bir Araştırma, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. Doktora Tezi, Isparta.
- POLLY L M (2002) Social Exchange and Customer Service: The Relationship Between Perceived Organizational Support, Leader-Member Exchange and Customer Service Behavior, Unpublished Master's Thesis, Louisiana State University, U.S.A.
- PORTER L W, STEERS R M, BOULIAN P (1974) Organizational Commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians. *Journal of Applied Psychology [JAP]*, 59: 603-609.
- POUTVAARA P, PRIKS M (2009) Hooligans, Hooliganism and Police Tactics, 11 (3), p.442.
- PRITCHARD M P, HOWARD D R, HARVITZ M E, (1999) Analyzing The Commitmentloyaltylink In Service Contexts, *Journal of Academy of Marketing Science*, 27 (3), 333-348.
- PRITCHARD M P, HOWARD D R, HAVITZ M E (1992) Loyalty measurement: A critical examination and theoretical extension. *Leisure Sciences*, 14 (2), 155-164.
- PRITCHARD M.P, HOWARD D R, HARVITZ M E, (1992) Loyalty Measurement : Acritical Examination And Theoretical Extension, *Leisure Sciences*, 14, 155-164.
- Q'REILLY C, CHATMAN J (1986) Organizational Commitment and Psychological Attachment: The Effects Of Compliance, Identification, and Internalization on Prosocial Behavior, *Journal of Applied Psychology*, 71: 492-499.
- SCHURR K, WITTIG A, RUBLE V, ELLEN A (1987) Demographic and Personality Characteristics Associated With Persistent, Occasional, and Nonattendance of University Male Basketball Games By College Students, *Journal of Sport Behaviour*, 11, 3-17.
- SEARS D O (1998) Replau LA, Freedman JL. Taylor SE. *Social Psychology*", 6th Edition, New Jersey: Prentice Hall inc, 176.
- SELİN S W, HOWARD D S, UDD E, CABLE T T (1998) An Analysis Of Consumer Loyalty To Municipal Recreation Programs. *Leisure Sciences*, 10, (February), 217-223.
- SERT M (2000) *Gol Atan Galip*, Bağlam Yayınları, Ankara, 2000, s.69.
- SHAMIR B (1988) Commitment and Leisure. *Sociological Perspectives*, 31, 238-258.
- SHANK M D (1999) *Sport Marketing, A Strategic Perspective*. Prentice Hall, New Jersey.
- SHANK M D, BEASLEY F M (1998) Fan or Fanatic: Refining a Measure of Sports Involvement. *Journal of Sport Behavior*, 21(4): 435-433
- SİĞRİ Ü, BASIM N (2011) "İş Görenlerin İş Doyumu İle Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Ana l i z i : Kamu ve Özel Sektörde Karşılaştırmalı Bir Araştırma", *Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 131-154.

- SIMON K (1996) Futbol Asla Sadece Futbol Değildir, Gençlik Yayınları, İstanbul, s. VII-1.
- SPA AJI R (2006) Understanding Football Hooliganism: A Comparison of Six Western European Football Clubs, Amsterdam University Press, Amsterdam, p.1.
- SUTTON W A, MCDONALD M A, MİLNE G R, CİMPERMAN J (1997) Creating and fostering fan identification in professional sports. Sport Marketing Quarterly, 6, 15-22.
- TACHIS S, TZETZIS G (2015) The Relationship Among Fans' Involvement, Psychological Commitment, and Loyalty in Professional Team Sports, International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism, Vol. 18: 1-25.
- TAJFEL H (1982) Social Identity and Intergroup Relations, Cambridge: Cambridge University Press.
- TALİMCİLER A (2014) Türkiye'de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi (2. Baskı), Bağlam Yayıncılık.
- TAPP A (2004) The Loyalty of Football Fans - We'll Support You Evermore?, The Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management, 11(3), 225- 246.
- TAŞMEKTEPLİGİL M Y, ÇANKAYA S, TUNÇ T (2014) Futbol Taraftarı Fanatiklik Ölçeği, Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi 6(1): 41-49.
- TAŞTAN Ş (2009) Futbol Taraftarlığı ve Şiddet Olgusu Farklı Taraftar Gruplarında Şiddet Eğilimleri Üzerine Karşılaştırılmalı Sosyolojik Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- TİRYAKİ T (2005) Örgüt Kültürünün Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkileri. Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- TOROS T, KORUÇ Z (2004) "Futbol Müsabakalarında Terörün Nedenleri ve Önleme Olanakları", Türkiye Futbol Adamları Derneği Ankara Şubesi ve Spor Toto Genel Müdürlüğü Futbol Müsabakalarında Terörün Nedenleri ve Önleme Yolları Bilimsel Araştırma Yarışması, Ankara.
- TRAIL G T, JAMES J D (2001) The Motivation Scale For Sport Consumption: Assessment of The Scale's Psychometric Properties, Journal of Sport Behavior, 24(1), 108-127.
- TSUI A S, EGAN T D, O'REILLY C A (1992) "Being Different: Relational Demography and Organizational Attachment, Administrative Science Quarterly, Vol:37, 549-579.
- TUTAR H (2007) Erzurum'da Devlet ve Özel Hastanelerde Çalışan Sağlık Personelinin İşlem Adaleti, İş Tatmini ve Duygusal Bağlılık Durumlarının İncelenmesi", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3: 97-120.
- URARTU Ü (1994) Futbol, İnkılap Yayınevi, İstanbul, s.13.
- ÜNSAL A (1996) "Genişletilmiş Bir Şiddet Tipolojisi", Cogito Dergisi, S. 6-7 (Kış-Bahar), s. 29-36.

- VAN DER VERGT G, BUNDERSON S J (2005) Learning and Performance In Multidisciplinary Teams: The Importance of Collective Team Identification, *Academy of Management Journal*, 48 (3), 532-547.
- WAKEFIELD K, SLOAN H (1995) The Effects of Team Loyalty and Selected Stadium Factors on Spectator Attendance, *Journal Sport Management*, 9(2), 153-172.
- WAKEFIELD K, SLOAN H (1995) The Effects of Team Loyalty and Selected Stadium Factors on Spectator Attendance, *Journal Sport Management*, 9(2), 153-172.
- WALKER M, KENT A (2009) Do Fans Care? Assessing the Influence of Corporate Social Responsibility on Consumer Attitudes in the Sport Industry, *Journal of Sport Management*, 23 (2), 743-769.
- WANN D L (1997) *Sport Psychology*, NJ: Prentice Hall, Upper Saddle River.
- WANN D L, WEAWER S. (2009). Understanding the Relationship between Sport Team Identification and Dimensions of Social Well-being, *North American Journal of Psychology*, 11 (2), 219-230.
- WANN D L, BRANSCOMBE N R (1991) The Positive Social And Self Concept Consequences Of Sports Team Identification, *Journal of Sport and Social Issues*, 15, 115-127.
- WANN D L, SCHRADER M P, WILSON A M (1999) Sport Fan Motivation: Questionnaire Validation, Comparisons By Sport, and Relationship to Athletic Motivation, *Journal of Sport Behavior*, 22(1), 114-139.
- WANN D, BRANSCOMBE N (1990) Die Hard And Fair Weather Fans: Effects Of Identification On Birging And Corfing Tendencies, *Journal of Sport and Social Issues* , 14, 103-117.
- WARNICK R B (1983) *Marketing Factors In The Evaluation Of Exercise/Fitness Programs: An Examination Of Core And Fringe Participants By Importanceperformance Analysis*, Doctoral Dissertation, The Pennsylvania State University, University Park: PA.
- WASTI S A (2000) Meyer ve Allen'in Üç Boyutlu Örgütsel Bağlılık Ölçeğinin Geçerlilik Güvenirlilik Analizi, 8.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, 401-410, Nevşehir.
- WASTI S A, CAN, Ö (2008) Affective and Normative Commitment to Organization, Supervisor, and Coworkers: Do Collectivist Values Matter?, *Journal of Vocational Behavior*, 1-10.
- WIKIPEDI (2016) 1967 Kayseri Stadyum Faciası, https://tr.wikipedia.org/wiki/1967_Kayseri_stadyum_faciası , 4 Ocak 2017 tarihinde erişilmiştir.
- ZAPF M K (2005) The Spiritual Dimension of Person and Environment: Perspectives From Social Work And Traditional Knowledge, *International Social Work*, 48 (5), 633-642.
- ZELYURT M K (2013) Dünyanın Çeşitli Ülkelerinde Etnik Gerilimler Bağlamında Futbol, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 2(2): 197-222.

6. ÖZGEÇMİŞ

İskenderun'da doğdum. İlk Orta ve Lise Eğitimimi İskenderun'da tamamladım. Üniversite Eğitimimi Muğla Sıktı Koçman Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Antrenörlük Eğitimi Bölümü, Yüksek Lisans Eğitimimi Gaziantep Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı'nda tamamladım. 2014 Yılından bu yana Kırıkkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı'nda Doktora Eğitimim devam etmektedir. 2013 Yılında Spor Genel Müdürlüğüne bağlı Ankara Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü bünyesinde Yüzme Antrenörü olarak görev yaptım. 2015 Yılından bu yana Bitlis Eren Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu'nda Araştırma Görevlisi olarak görev yapmaktayım. Ayrıca Amatör olarak 11 yıl Futbol Hakemliği yapmış bulunmaktayım.

7. EKLER

EK-I Kişisel Bilgiler

Kişisel Bilgiler

Cinsiyetiniz: Erkek () Kadın ()

Yaşınız: ()

Medeni durumunuz: Evli () Bekâr ()

Haftada en az 2 gün düzenli olarak spor yapıyor musunuz? Evet () Hayır ()

Gelir Düzeyiniz:

Asgari ücretin altı () arası () Asgari ücret () Asgari ücretin üzeri ve 2 katı

Asgari ücretin 2 ve 3 katı arası () Asgari ücretin 3 katı ve üzeri ()

Gönül verdiğiniz takım:

Eğitim durumunuz:

İlkokul () Ortaokul () Lise () Üniversite ()

EK-II Takıma Psikolojik Bağlılık Ölçeği**Takıma Psikolojik Bağlılık Ölçeği**

Aşağıdaki ölçekte bulunan her bir soruyu dikkatlice okuyunuz ve sizi (gerçek duygu ve düşüncenizi) en iyi ifade ettiğini düşündüğünüz dereceyi/rakamı işaretleyiniz.

	Hiç katılmıyorum.	Katılmıyorum	Biraz Katılmıyorum	Kararsızım	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Tamamen katılıyorum
1. Tutmakta olduğum takımın devamlı düşük performans göstermesi, takımıma olan sadakatimi tekrar düşünmeme sebep olabilir.							
2. Tutmakta olduğum takım ulusal futbol liginden hangi takım ile oynarsa oynasın o maçı izlerim.							
3. Tuttuğum takımın en iyi oyuncusunun yönetim tarafından satılması, takımıma olan sadakatimi tekrar düşünmeme neden olur							
4. Tuttuğum takımın hayranı olmak benim için çok önemlidir.							
5. Tuttuğum takıma olan sadakatimi hiçbir şey değiştiremez.							
6. Tuttuğum takıma kendini adanmış bir izleyiciyim							
7. Yönetimin hiç beğenmediğim bir teknik direktörü takımın başına getirmesi takımıma olan sadakatimi etkilemez.							
8. Tuttuğum takımı değiştirmek için kolay ikna edilirim.							
9. Profesyonel futbolu izlemeye başladığımdan beri şu anda taraftarı olduğum takımı tutmaktayım.							
10. Yakın arkadaşlarım başka bir takımı destekleseler bile, takımıma olan bağlılığım asla değişmez.							
11. Taraftarı olduğum takım dışında başka bir takımı tutma olasılığım çok azdır.							
12. Tuttuğum takım hakkındaki inançlarımı değiştirmek zordur.							
13. İyi performans sergilemeyen bir takımı desteklemeye devam eden kişinin bu davranışı, birçok şey anlatır.							
14. Tuttuğum takım kötü performans gösteriyorsa ve bu olumsuz gidişatın değişme ihtimali az ise takımıma olan bağlılığım düşer.							

EK-III Futbol Taraftarı Fanatik Olma Ölçeği

Futbol taraftarı fanatik olma ölçeği

Aşağıda size en uygun gelen ifadenin karşısındaki kutucuğa işaret koyabilirsiniz. İfadeleri değerlendirirken **Kesinlikle Katılmıyorum(1)**, **Katılmıyorum(2)**, **Katılıyorum(3)**, **Kesinlikle Katılıyorum(4)** şeklinde yapılan dereceye göre yapmanız önemlidir. Olması gereken durumu değil, var olan duruma göre değerlendirme yapılması önemlidir. Vakit ayırdığınız için teşekkürler.

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.Canlı yayınlarda spikerin takımım aleyhine yaptığı yorumlara çok sinirlenirim				
2.Takımımın maçlarını izlemek için stadyumlara giderim				
3.Takımımın sembollerini gösteren kıyafet ve malzemelerle maça giderim				
4.Stattaki bütün tezahürlara eşlik ederim				
5.Maç esnasında kızdığımda sahaya yabancı cisim atabilirim				
6.Tribünlerle ilgilenmekten çoğu zaman golü göremediğim olur				
7.Takımım müsabakayı kazanmak için, kural dışı dâhil her yolu Denemelidir.				
8.Çoğu zaman tribünden rakip oyuncu veya hakem aleyhine kötü tezahürat yaparım				
9.Rakip takım taraftarlarına yapılan fiili şiddeti doğal karşılarım				
10.Takım tutmayan kişileri veya çocukları kendi takımımın taraftarı yapmak için uğraşırım.				
11.Rakip takım izleyicisini takımımın renkleri ile dışarıda görsem ona saldırmamak için kendimi zor tutarım				
12.Rakip takım izleyicisi ile kavga çıkarsa çekinmeden kavgaya girerim				
13.Oyun çığırından çıkmışsa bazen çekinmeden sahaya girebilirim				