**T.C.**

**AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**

**SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR EĞİTİMİ ANABİLİM DALI**

**YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**YL-2025-0047**

**DÖRT BÜYÜKLER FUTBOL TAKIMI TARAFTARLARININ GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU İLE TARAFTARLIK ÖZDEŞLEŞME DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

**Tuana TAŞAR**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN**

**Prof. Dr. Mehmet ULUKAN**

**AYDIN–2025**

# KABUL VE ONAY

T.C. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Eğitimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı çerçevesinde Tuana TAŞAR tarafından hazırlanan“Dört Büyükler Futbol Takımı Taraftarlarının Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Taraftarlık Özdeşleşme Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” başlıklı tez, aşağıdaki jüri tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

 Tez Savunma Tarihi: 30/06/2025

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Üye (T.D.) | : Prof. Dr. Mehmet ULUKAN | Aydın Adnan Menderes Üniversitesi |  |
| Üye | : Doç. Dr. Çağatay DERECELİ  | Aydın Adnan Menderes Üniversitesi |  |
| Üye | : Prof. Dr. Mehmet DALKILIÇ | Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi |  |

ONAY:

Bu tez, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği’nin ilgili maddeleri uyarınca yukarıdaki jüri tarafından uygun görülmüş ve Sağlık Bilimleri Enstitüsünün …/…/…. tarih ve ….. sayılı oturumunda alınan …. nolu Yönetim Kurulu kararıyla kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Süleyman AYPAK

 Enstitü Müdürü

# TEŞEKKÜR

Başta danışmanım Prof. Dr. Mehmet Ulukan’a, tez sürecindeki rehberliği, desteği ve yol gösterici tutumu için içten teşekkür ederim. Kendisine büyük saygı duyduğum yapıcı yaklaşımı ve yönlendirmeleri, çalışmamın şekillenmesinde önemli bir rol oynamıştır.

Tez sürecine bilgi ve deneyimiyle katkı sağlayan, akademik yaklaşımı ve duruşuyla bana ilham veren Öğr. Gör. Ebru Dereceli’ye ayrıca teşekkür ederim. Kendisinden öğrenme fırsatı bulmak, benim için değerli bir kazanım olmuştur.

Tez yazım sürecinde özellikle bazı aşamalarda moral ve destek sağlayarak motivasyonumu artıran sevgili arkadaşım Ayşegül Gökmen’e teşekkür ederim. Ayrıca, yüksek lisans eğitimine birlikte başladığım Yeşim Akman, Berkay Balkış, Tarık Yıldız ve Yusuf Ateş’e teşekkürlerimi sunarım.

Her zaman yanımda olan, desteğini hiçbir zaman esirgemeyen sevgili arkadaşım Psikolog Beyza Güven’e teşekkür ederim.

Maddi ve manevi destekleriyle her zaman yanımda olan aileme en içten teşekkürlerimi sunarım. Bu akademik sürecin her aşamasında verdikleri destek, çalışmamı tamamlamamda en büyük güç kaynağı olmuştur.

# İÇİNDEKİLER

[KABUL VE ONAY i](#_Toc203351121)

[TEŞEKKÜR ii](#_Toc203351122)

[İÇİNDEKİLER iii](#_Toc203351123)

[SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ v](#_Toc203351124)

[TABLOLAR DİZİNİ vi](#_Toc203351125)

[ÖZET vii](#_Toc203351126)

[ABSTRACT ix](#_Toc203351127)

[1. GİRİŞ 11](#_Toc203351128)

[1.1. Problemin Tanımı 13](#_Toc203351129)

[1.2. Araştırmanın Amacı 13](#_Toc203351130)

[1.3. Araştırmanın Önemi 14](#_Toc203351131)

[2. GENEL BİLGİLER 15](#_Toc203351132)

[2.1. Futbol ve Tarihsel Gelişimi 15](#_Toc203351133)

[2.2. Türkiye’de Futbol ve Dört Büyükler 17](#_Toc203351134)

[2.3. Taraftar 19](#_Toc203351135)

[2.3.1 Türkiye’de Futbol Taraftarı 20](#_Toc203351136)

[2.4. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ( FoMo) 22](#_Toc203351137)

[2.4.1. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Etiyolojisi 23](#_Toc203351138)

[2.5. Özdeşleşme 24](#_Toc203351139)

[2.5.1. Sporda Özdeşleşme 25](#_Toc203351140)

[2.5.2. Taraftar ve Özdeşleşme 26](#_Toc203351141)

[2.5.2.1. Spor Medyası ve Taraftar İlişkisi 27](#_Toc203351142)

[3. GEREÇ VE YÖNTEM 30](#_Toc203351143)

[3.1. Gereç 30](#_Toc203351144)

[3.1.1. Araştırmanın Modeli 30](#_Toc203351145)

[3.2. Yöntem 30](#_Toc203351146)

[3.2.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi 30](#_Toc203351147)

[3.3. Veri Toplama Araçları 31](#_Toc203351148)

[3.3.1. Kişisel Bilgi Formu 31](#_Toc203351149)

[3.3.2. Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği 31](#_Toc203351150)

[3.3.3. Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği 32](#_Toc203351151)

[3.4. Verilerin Toplanması ve İstatiksel Analizi 32](#_Toc203351152)

[4. BULGULAR 33](#_Toc203351153)

[5. TARTIŞMA 41](#_Toc203351154)

[6. SONUÇ VE ÖNERİLER 48](#_Toc203351155)

[6.1. Sonuç 48](#_Toc203351156)

[6.2. Öneriler 48](#_Toc203351157)

[KAYNAKLAR 50](#_Toc203351158)

[EKLER 61](#_Toc203351159)

[Ek 1. Google anket formunun ilk sayfası. 61](#_Toc203351160)

[Ek 4. Ölçeğin ölçek soruları. 64](#_Toc203351161)

[Ek 5. Etik kurul onayı. 66](#_Toc203351162)

[BİLİMSEL ETİK BEYANI 67](#_Toc203351163)

[ÖZ GEÇMİŞ 68](#_Toc203351164)

# SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

**% :** Yüzdelik Dilim

**F :** Frekans değeri

**Max :** Maksimum

**Min :** Minimum

**N :** Kişi sayısı

**P :** Anlamlılık değeri

**Ss :** Standart sapma

**x̄ :** Aritmetik ortalama

# TABLOLAR DİZİNİ

**Tablo 1.** Durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeği ile spor taraftarları özdeşleşme ölçeği puanlarının dağılımı .............................................................................................................. 33

**Tablo 2**. Durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu ve spor taraftarları özdeşleşme ölçeği puanlarının cinsiyete göre farklılaşması ...................................................................………. 33

**Tablo 3.** Durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu ve spor taraftarları özdeşleşme ölçeği puanlarının medeni duruma göre farklılaşması ..................................................................... 34

**Tablo 4**. Durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu ve spor taraftarları özdeşleşme ölçeği puanlarının doğum yılına göre farklılaşması ......................................................................... 34

**Tablo 5.** Durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu ve spor taraftarları özdeşleşme ölçeği puanlarının öğrenim durumuna göre farklılaşması ................................................................ 35

**Tablo 6.** Durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu ve spor taraftarları özdeşleşme ölçeği puanlarının yaşanılan bölgeye göre farklılaşması ….............................................................. 35

**Tablo 7.** Durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu ve spor taraftarları özdeşleşme ölçeği puanlarının psikolojik rahatsızlık durumuna göre farklılaşması ............................................ 36
**Tablo 8.** Durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu ve spor taraftarları özdeşleşme ölçeği puanlarının sosyal medyada süre geçirme süresine göre farklılaşması .................................. 37
**Tablo 9.** Durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu ve spor taraftarları özdeşleşme ölçeği puanlarının desteklenilen takıma göre farklılaşması ............................................................. 37
**Tablo 10.** Durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu ve spor taraftarları özdeşleşme ölçeği puanlarının kendini tanımlama durumuna göre farklılaşması ................................................ 38
**Tablo 11.** Durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu ve spor taraftarları özdeşleşme ölçeği puanlarının maç izleme yerine göre farklılaşması ................................................................. 39

**Tablo 12.** Durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeği ile spor taraftarları özdeşleşme ölçeği puanları arasındaki ilişki ....................................................................................................... 40

# ÖZET

**DÖRT BÜYÜKLER FUTBOL TAKIMI TARAFTARLARININ GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU İLE TARAFTARLIK ÖZDEŞLEŞME DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

**Taşar T. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Aydın, 2025.**

**Amaç**: Bu araştırmanın temel amacı, Türkiye’deki dört büyük futbol kulübü olan Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray ve Trabzonspor futbol takımı taraftarlarının gelişmeleri kaçırma korkusu (GKK) düzeyleri ile taraftarlık özdeşleşme düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesidir.

**Gereç ve Yöntem:** Araştırma, ilişkisel tarama modeli temelinde yürütülmüştür. Çalışma grubunu, Türkiye genelinde farklı bölgelerden ulaşılan, dört büyük futbol kulübünün taraftarı olan 423 kişi oluşturmaktadır. Veriler, Google Form aracılığıyla çevrim içi olarak toplanmıştır. Veri toplama aracı olarak “Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği” ve “Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği” kullanılmıştır. Verilerin normalliği, çarpıklık ve basıklık değerleriyle değerlendirilmiş ve dağılımın normal olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle analizlerde parametrik testler tercih edilmiştir. Gruplar arası farklılıklar için t-testi ve ANOVA; değişkenler arası ilişkiler için ise Pearson korelasyon analizi uygulanmıştır.

**Bulgular:** Araştırma bulgularına göre, gelişmeleri kaçırma korkusu ile taraftarlık özdeşleşme düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır (p>0.05). Cinsiyet değişkenine göre özdeşleşme düzeyi, kadın ve erkek katılımcılar arasında anlamlı şekilde farklılaşmıştır (p<0.05). Doğum yılı ile GKK arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri süre, yaşadıkları bölge ve maç izleme tercihleri gibi değişkenler, hem GKK hem de taraftarlık düzeyi üzerinde anlamlı farklılıklar yaratmıştır. Fanatik taraftar olarak kendini tanımlayan bireylerin özdeşleşme puanları, sadece “taraftar” olduğunu belirten bireylerden anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur.

**Sonuç:** Araştırma, taraftarlık özdeşleşmesinin demografik değişkenler ve medya kullanımı gibi çeşitli faktörlerden etkilendiğini ortaya koyarken, GKK ile taraftarlık düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olmadığını göstermiştir. Ayrıca, sosyal medya kullanım süresi ve maç izleme tercihleri gibi unsurların taraftarlık davranışlarını etkilediği görülmüştür. Elde edilen bulgular, spor kulüplerinin taraftar bağlılığı stratejilerinde dijital iletişimin önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Medya, FoMO (Gelişmeleri Kaçırma Korkusu), Futbol, Futbol Taraftarı, Sosyal Medya, Taraftarlık Özdeşleşmesi

# ABSTRACT

**AN EXAMİNATİON OF THE RELATİONSHİP BETWEEN THE FEAR OF MİSSİNG DEVELOPMENTS AND FAN IDENTİFİCATİON LEVELS AMONG SUPPORTERS OF THE FOUR MAJOR FOOTBALL TEAMS**

**Taşar T. Aydın Adnan Menderes University, Institute of Health Sciences, Department of Physical Education and Sports, Master’s Thesis, Aydın, 2025.**

**Objective:** The main objective of this study is to determine the relationship between the levels of Fear of Missing Out (FoMO) and fan identification among supporters of the four major football clubs in Turkey: Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray, and Trabzonspor.

**Material and Methods:** The research was conducted based on the relational survey model. The study group consisted of 423 supporters of the four major football clubs, reached from different regions across Turkey. The data were collected online via Google Forms. The “Fear of Missing Out Scale” and the “Sport Spectator Identification Scale” were used as data collection tools. The normality of the data was assessed using skewness and kurtosis values, and the distribution was found to be normal. Therefore, parametric tests were preferred in the analyses. Independent samples t-test and ANOVA were used to examine group differences, while Pearson correlation analysis was conducted to explore the relationships between variables.

**Results:** The results indicated that there was no statistically significant relationship between fear of missing developments and fan identification levels (p>0.05). A significant difference was found in identification levels between female and male participants (p<0.05). A positive significant relationship was observed between birth year and FMD. Variables such as time spent on social media, region of residence, and match viewing preferences produced significant differences in both FMD and fan identification levels. Fans who identified themselves as fanatics scored significantly higher on identification than those who identified simply as supporters.

**Conclusion:** The study revealed that fan identification is influenced by demographic variables and media usage factors, while no significant relationship was found between FMD and fan identification levels. Furthermore, social media usage duration and match viewing preferences were found to shape fan behaviors. The findings highlight the importance of digital communication in the fan loyalty strategies of sports clubs.

**Keywords:** Digital Media, FoMO (Fear of Missing Out), Football, Football Fan, Social Media, Team Identification

# 1. GİRİŞ

Günümüzde toplulukları oluşturan bireyler spor etkinliklerini yakından takip etmekte, aynı zamanda sporcuları tanıyarak onları izlemektedir. İnsanlar, sporcuların müsabakalarda hem kendilerini hem de ülkelerini temsil ettiklerini düşünmektedirler (Bayraktar ve Kurtoğlu, 2009). İnsanlar, tarih boyunca spor karşılaşmalarını izlemeye büyük ilgi göstermişlerdir; Antik Yunan’da düzenlenen olimpiyat oyunları ile Roma’daki gladyatör dövüşleri ve güreş müsabakaları, bu ilginin erken örneklerindendir. Zamanla bu tür etkinliklerin izlenmesi yaygınlaşmış ve seyir kültürü, hem eğlence hem de toplumsal bir alışkanlık olarak gelişerek günümüzdeki biçimini almıştır (Ekin, 2014). Bugün en çok izlenen spor dallarından biri futboldur. Kökeni çok eskiye dayansa da, özellikle son yüzyılda futbol, spor denince akla gelen en önemli aktivitelerden biri haline gelmiştir. Bazen bir maç, bazen büyük bir organizasyon, bazen ise tek bir futbolcu, dünya genelinde milyarlarca insanın dikkatini çekebilmektedir (Erdemli, 2008).

Şahin (2003), taraftar kavramını “herhangi bir gruba destek veren, yan tutan kişi” olarak tanımlamıştır. İnsanlar belli bir gruba ait olma ve bağlanma eğilimindedirler. Günümüzde ise bu aidiyet, sadece fiziksel olarak değil, sosyal medyaya da taşınmıştır. Sanal ortamlarda kurulan bağlar, zamanla bireyin takım veya sporcu ile özdeşleşmesine dönüşebilmektedir. Baş (2008), sporda özdeşleşmeyi; bireyin bir sporcuya veya takıma rol model olarak yönelmesi, onu taklit etmesi ya da onun gibi düşünmeye ve hareket etmeye başlaması olarak tanımlar. Taraftarların takımlarını temsil eden renkleri giymesi de bu özdeşleşmenin somut bir göstergesidir (Demirel ve diğerleri, 2007).

Futbol taraftarı olmak aslında oldukça basit bir süreçtir. Bir kişi sadece karar vererek, kendisinden binlerce kilometre uzakta bulunan bir futbol takımını desteklemeye başlayabilir. Taraftarlık, bireylerde güçlü bir aidiyet duygusu oluştururken, bu taraftarlar topluluğu açısından da büyük ve anlamlı bir yer tutar (Gülle, 2018).

Taraftarlar, destekledikleri kulüplerle derin bağlar oluşturan bireylerdir (Bozyiğit ve Doğan, 2018). Aynı zamanda takımlarıyla özdeşleşirler; bağlılıklarını hayatları boyunca sürdürerek spora duydukları aidiyeti güçlü şekilde yansıtırlar (Çetin, 2015). Bir spor etkinliğini doğrudan ya da medya yoluyla takip eden kişi “seyirci” olarak adlandırılırken, takımına bağlılık gösteren, sporcularını takip edip onlara olumlu duygular besleyerek destekleyen kişi “taraftar” olarak tanımlanır (Arslanoğlu, 2005). Desteklediği takıma aşırı tutkuyla bağlı olanlar ise “fanatik” olarak isimlendirilir (Koru ve diğerleri, 2004).

İnsanlar izlemeye olan ilgilerini her zaman canlı tutmuştur. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla bu ilgi yeni bir biçim kazanmış; müsabakalar artık uzaktan da takip edilebilir hale gelmiştir. Bu gelişme, taraftarlığın dijital platformlara taşınmasını sağlamıştır. Canlı izleme ve sonradan takip etme imkânı, insanların spora ve karşılaşmalara duyduğu ilgiyi daha da artırmıştır (Ekin, 2014).

Türkçe’ye GKK (Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) olarak geçen Fear of Missing Out (FoMO), en basit anlatımıyla bireyin, başkalarının yaşadığı ödüllendirici deneyimleri kaçırdığına dair sürekli ve aşırı endişe duymasını ve bunun sonucunda başkalarının aktiviteleriyle sürekli iletişim halinde kalma arzusunu ifade eder (Przybylski ve diğerleri, 2013). GKK kavramı zamanla gelişmiş ve Cambridge Dictionary (2020) tarafından “özellikle sosyal medyada gördüğümüz şeylerin yol açtığı, diğer insanların katıldığı heyecan verici etkinlikleri kaçırdığımıza dair endişe” olarak tanımlanmıştır.

Teknolojideki gelişmelerle sosyal medya, taşınabilir bilgisayarlardan günümüzde akıllı telefonlar aracılığıyla kolayca erişilen bir platform haline gelmiştir. İnsanlar bu mecralarda hesap açmakta, sosyal çevreleriyle etkileşim kurmakta ve yaşamlarını paylaşmaktadır. Ancak bu durum, bireylerin yaşamlarını başkalarıyla kıyaslamalarına ve Gelişmeleri Kaçırma Korkusu’nun (GKK) yaygınlaşmasına neden olmuştur. Bazı araştırmacılar GKK’yi günümüzde yeni bir tür “kaygı bozukluğu” olarak değerlendirmektedir (Argan ve diğerleri, 2018).

Çeşitli sosyal medya platformlarının spor kulüpleri tarafından yaygın biçimde kullanıldığı görülmektedir. Krzyżowski ve Strzelecki (2022), Almanya Bundesliga, İspanya La Liga, İngiltere Premier League ve İtalya Serie A gibi Avrupa’nın dört büyük futbol liginde bulunan 78 kulübün tamamının Facebook, Twitter ve Instagram profillerine sahip olduğunu, 75’inin ise YouTube kanalı bulunduğunu belirtmektedir. Bu durum, sosyal medya kullanımının sadece taraftarlar için kolaylık sağlamadığını, aynı zamanda spor kulüpleri arasında ne kadar yaygın hale geldiğini göstermektedir. Çünkü taraftarı olmayan bir futbol kulübünün başarıya ulaşması veya uzun vadede varlığını sürdürmesi neredeyse imkânsızdır (Arıkan, 2007).

## Problemin Tanımı

Araştırmanın problem cümlesi, "Dört büyük futbol takımı taraftarlarının gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri ile taraftarlık özdeşleşme düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?" şeklinde belirlenmiştir. Bu doğrultuda, taraftarların sosyal medya platformları aracılığıyla takımlarına olan bağlılıkları ve gelişmeleri takip etme motivasyonlarının özdeşleşme düzeylerine olan etkisi araştırılmıştır. ’’ Bu doğrultuda, aşağıdaki sorulara yanıt arayarak alt problemler şu şekilde belirlenmiştir:

1. Dört büyük futbol takımı taraftarlarının gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyi nedir?

2. Dört büyük futbol takımı taraftarlarının gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyi nedir?

3. Gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyi ile taraftarlık özdeşleşme düzeyi arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

4. Taraftarların gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

5. Taraftarlık özdeşleşme düzeyleri demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

## 1.2. Araştırmanın Amacı

 Bu araştırmanın amacı, dört büyük futbol takımı taraftarlarının gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) düzeyleri ile taraftarlık özdeşleşme düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu kapsamda, taraftarların dijital medya aracılığıyla takımlarına olan bağlılıklarının, gelişmeleri kaçırma korkusunu nasıl etkilediği; aynı zamanda bu iki değişkenin cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, sosyal medya kullanımı ve maç izleme tercihleri gibi demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır.

## 1.3. Araştırmanın Önemi

Günümüzde spor taraftarlığı, sadece saha içi destekle sınırlı kalmayıp dijital medya ve sosyal ağlar üzerinden sürdürülen çok boyutlu bir sosyal kimliğe dönüşmüştür. Bu dönüşüm, bireylerin sosyal medya aracılığıyla takımlarını yakından ve anlık olarak takip etme eğilimlerini artırmış; bu durum ise gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) gibi kavramların taraftarlık özdeşleşmesiyle olan ilişkisini daha da görünür kılmıştır.

Bu araştırma, dört büyük futbol kulübü taraftarları özelinde yürütülmüş olması açısından hem Türk spor kamuoyuna hem de spor yönetimi ve iletişimi alanındaki literatüre katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda, spor kulüplerinin dijital iletişim uygulamalarını geliştirmelerinde rehber niteliğinde veriler sunmaktadır.

Taraftarlık davranışlarının psikolojik ve sosyolojik yönlerinin daha iyi anlaşılmasına katkı sunan bu çalışma, dijital çağda dönüşen taraftar profiline yönelik bilimsel bir bakış açısı kazandırmayı amaçlamaktadır.

# 2. GENEL BİLGİLER

## 2.1. Futbol ve Tarihsel Gelişimi

Futbol, dilimizde “ayak topu” olarak bilinen, İngilizce’deki “foot” ve “ball” sözcüklerinin birleşiminden oluşan bir terimdir (Arıkan ve Çelik, 2007). Dünya genelindeki spor organizasyonları arasında en fazla ilgi gören futbol, bireyleri hem aktif hem de pasif şekilde katılıma teşvik eden ve birçok ülkede siyasi ve sosyal yapılara yatırım yaptıran en popüler spor dalıdır (Ulukan, 2006).

Futbola dair yalnızca bugünkü popülerliği değil, tarihsel süreçte geçirdiği dönüşüm de önemlidir. Futbol, başlangıçta işçi sınıfı çocuklarının oynayıp izlediği amatör bir spor olarak gelişmiş, 19. yüzyılın sonlarında İngiltere’de bilinen modern formuna kavuşmuştur. 1888 yılında kurulan 12 kulüp, İngiliz Profesyonel Futbol Ligi’ni oluşturarak bu sporun kurumsal olarak düzenlenmesini sağlamıştır (Erdoğan, 2008).

Günümüzde her biri on bir oyuncudan oluşan iki takım arasında, kaleci hariç el ve kol kullanılmadan oynanan ve topun rakip kale çizgisini geçmesi amaçlanan bir oyun halini almıştır (Alsarraf, 2020). Critcher, futbolun başlangıçta halkın ortak bir etkinliği olduğunu, ancak zamanla halkın denetiminden çıkarak medya aracılığıyla izleyiciye sunulan bir eğlence biçimine dönüştüğünü ifade etmektedir (Bennett, 1999).

Zamanla kurumsallaşan futbol, sadece fiziksel bir mücadele değil, aynı zamanda teknik, taktik ve takım çalışmasına dayalı yönleriyle öne çıkmıştır. Futbol, bireysel özelliklerin yanı sıra başarı için takım uyumunu da önemseyen “gelişigüzel, sistematik” bir spor olarak tanımlanmaktadır. Her futbolcunun, maç öncesinde teknik heyet tarafından verilen görevleri eksiksiz yerine getirmesi beklenmektedir (Baş, 2008).

İlk ortaya çıktığı dönemlerde gladyatör savaşlarına benzer, şiddet içeren bir oyun olarak algılanan futbol (Stemmler, 2000), günümüzde hem erkeklerin hem de kadınların katıldığı, geniş kitlelerce izlenen ve dünya genelinde ilgi gören bir spor haline gelmiştir (Stratton, 2004). Bugün milyonlarca kişi tarafından takip edilen, geniş bir izleyici kitlesine sahip, seyircilerinde bu oyunun bir parçası olduğu duruma gelmiştir (İnal, 2004).

Futbolun bu dönüşümünde teknolojik, ekonomik ve toplumsal dinamiklerin etkisi büyüktür. Televizyonun yaygınlaşması, reklam sektörünün gelişmesi, ulaşım olanaklarının artması ve kitlelerin yönlendirilme ihtiyacının güçlenmesi gibi etkenler; özellikle 1960’lı yıllardan itibaren futbolun tekeller ve yasa dışı sermaye grupları tarafından tercih edilen bir araç hâline gelmesine neden olmuştur (Erdoğan, 2008). Televizyon yayınları ile özel ve şifreli kanallar aracılığıyla futbol, hem dünya genelinde hem de Türkiye’de hızla popülerleşmiştir (Şentürk, 2007).

Modern futbolun Türkiye'deki tarihçesi ise daha eskiye dayanmaktadır. Bugünkü formuna 19. yüzyılın sonlarına doğru kavuşmuş olsa da, Türklerin futbolla tanışması ilk Türk devletlerine kadar uzanmaktadır. Başta Köktürk Devleti olmak üzere çeşitli dönemlerde Türklerin, “tebük” adı verilen ve ayak topu anlamına gelen bir oyun oynadıkları bilinmektedir. Bu bilgiye Divânu Lügati’t-Türk ve Dede Korkut Kitabı gibi tarihî eserlerden ulaşılmaktadır (Dikici, 2008).

Ayrıca, futbolun kökeninin Orta Asya’ya dayandığı, buradan Hindistan ve Çin’e, ardından Avrupa’ya yayıldığına dair bazı görüşler literatürde yer almaktadır; ancak bu iddiaların kanıtlanması günümüz koşullarında oldukça güçtür (Donuk, 2005). Eski dönemlerde mağara duvarlarına çizilen ve futbola benzer top oyunlarını gösteren resimler, bu oyunun tarih öncesi dönemlerde de keyifle oynandığını ortaya koymaktadır (İnal, 2004; Güven, 1999).

Farklı coğrafyalarda benzer oyunlara rastlanması, futbolun evrensel yönünü desteklemektedir. Divânü Lügati’t-Türk’te “Tepük” adıyla geçen oyun ve Timur döneminde kuzu derisinden yapılan toplarla oynanan oyunlar (Atalay, 2004), futbola benzer uygulamalardır. Benzer şekilde Fransızlar, “la soule” adını verdikleri kendi sporlarını futbolun kökeni olarak gösterirken, Normanlar aracılığıyla bu oyunun İngiltere’ye yayıldığını ileri sürmektedirler. İtalyanlar ise bu sporun İtalya dışında her yere yayıldığını kabul etmektedirler.

Ancak günümüzde kabul gören görüşe göre, modern futbolun temelleri ilk endüstri ülkesi olan İngiltere’de atılmıştır (Talimciler, 2003). Bununla birlikte, futbolun kökeninin Orta Asya’ya dayandığı ve Çin ile Hindistan üzerinden Avrupa’ya geçtiği yönündeki iddiaların kesinliği halen tartışmalıdır (Donuk, 2005).

Tüm bu tarihsel gelişmelerin ardından, futbolun kurumsallaşma süreci uluslararası boyuta taşınmıştır. FIFA, 1904 yılında Avrupa’daki uluslararası işbirliği ve rekabet yapılarına uygun olarak kurulmuş; 1906 yılında uluslararası müsabakaların düzenlenmesine karar verilmiştir. İlk FIFA Dünya Kupası ise 1930 yılında Uruguay’da gerçekleştirilmiştir (Erdoğan, 2000).

## 2.2. Türkiye’de Futbol ve Dört Büyükler

Ülkemizde modern futbolun 19. yüzyılın sonlarında yaygınlaştığı bilinmektedir. Ancak Türklerin topla oynama geleneği çok daha köklüdür. Özellikle Köktürk Devleti döneminde “tebük” adı verilen ve ayakla oynanan bir oyunun varlığı, tarihi kaynaklarda geçmektedir. Divanü Lügati’t-Türk’te geçen “tepük” oyunu ile birlikte düşünüldüğünde, Türk kültüründe futbol benzeri top oyunlarının çok eskiye dayandığı görülmektedir (Atalay, 2004; Dikici, 2008). Bu oyunlar, günümüz futboluna benzerliğiyle dikkat çeker ve kültürel bir sürekliliğin göstergesidir.

Osmanlı döneminde futbolun ilk kez resmi kurallarla oynanmaya başlaması ise İngilizlerin etkisiyle gerçekleşmiştir. 1896 yılında İngiliz Büyükelçiliği çalışanları ile bazı yabancı futbolcuların girişimiyle “Moda Futbol ve Rugby Kulübü” kurulmuştur. Bu gelişme, ülkemizde futbolun temellerinin atıldığı önemli bir dönüm noktası olarak kabul edilir. Bu kulüpte futbolu öğrenen gençler, 1899 yılında Kadıköy Union Kulübü gibi yeni spor kulüplerinin kurulmasına öncülük etmiş, böylece futbolun yaygınlaşmasına katkı sağlamışlardır (Yetim ve diğerleri, 2019). Modern futbolun İzmir üzerinden diplomatlar, İngiliz denizciler ve tüccarlar aracılığıyla da ülkemize ulaştığı bilinmektedir; bu durum futbolun farklı kanallardan eşzamanlı olarak Anadolu’ya giriş yaptığını göstermektedir. Bu dönemde ilk kurulan futbol kulüplerinin yabancı milletler tarafından kurulduğu bilinmektedir. Müslüman Türkler tarafından kurulan ilk futbol takımı olan 'Siyah Çoraplılar' (Black Stocking) da bu dönemde ortaya çıkmıştır (Atabeyoğlu, 2002).

1895 yılında İstanbul’da Rum ve İngiliz gençleri tarafından bir futbol takımı kurulmuştur. 1897 yılında Rum ve İngiliz oyunculardan oluşan İstanbul takımı ile İzmir’de yine Rum ve İngiliz 11 oyunculardan oluşan futbol takımı maç yapmışlardır. Böylelikle ilk defa şehir takımları karşılaşmış oldular. Bu zaman diliminden sonra futbol popülerleşmeye ve yaygınlaşmaya başlamıştır (Sancaktar, 2007). 1922 senesinde kurulan Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakı (TİCİ) kurulduktan hemen sonra 1923’te Türkiye Futbol Federasyonu (TFF) kurulmuş ve federasyon aynı sene Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği’nin 26. üyesi olarak kabul edilmiştir (Murathan ve diğerleri, 2017). Ülkemiz futbolunun geleceği için hayati önem taşıyan altyapı eğitimi, ön planda tutuluyor olmasına rağmen birçok sorunun henüz çözümlenmemiş olması mevcuttur (Esen ve Uslu, 2019).

Türkiye Süper Lig, ülkenin en yüksek seviyedeki profesyonel futbol ligi olarak kabul edilir. Ligde, 18 takımın yer aldığı bir sezonda, her ekip diğerlerine karşı çift devreli maçlar oynar. Bu iki aşamalı lig formatında, sezon sonunda en yüksek puanı toplayan takım şampiyon olurken, altı sırada yer alan üç takım bir alt lige düşer. Ayrıca, aynı sezon içinde alt ligdeki üç takım da Süper Lig'e çıkabilmek için mücadele eder (Erdoğan, 2021).

Türkiye’de Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray ve Trabzonspor tarih boyunca kazandıkları lig şampiyonlukları ve sahip oldukları büyük, tutkulu taraftar grupları sayesinde "Dört Büyükler" olarak adlandırılmakta ve Türk futbolunun en üst düzeyinde konumlanmaktadırlar. Bu kulüpler arasındaki çekişme sadece sahadaki maçlarla sınırlı kalmamış, aynı zamanda oyuncu transferlerinde ve sosyal medya üzerindeki etkileşimlerde de dikkat çeken bir rekabet ortamı oluşmuştur. Türkiye'de futbol kulüpleri, sadece spor alanında değil, günlük hayatta da önemli bir unsura sahiptir. Bu kulüpler, farklı sosyal ve kültürel arka planlara sahip insanları bir araya getirerek toplumsal bütünlüğe katkı sağlamaktadır. Çeşitli aile yapılarından, alt kültürlerden ve etnik gruplardan gelen bireyler, destekledikleri takımın renkleri ve sembolleri etrafında ortak bir paydada buluşabilmektedir (Akbaş ve Çalışkan, 2020).

17 Mayıs 1903 tarihinde, spor alanında demokratik bir yapıya sahip ilk örgütlenme olan “İstanbul Futbol Birliği” kurulmuştur. Bu birliğin kuruluşunda Moda, Kadıköy, Elpis, Galatasaray, Fenerbahçe ve Strugglers gibi dönemin önemli kulüpleri yer almıştır (Urartu, 1994).

Bu gelişmeler, Türkiye’de futbolun amatör düzeyden kurumsal yapıya kavuşma sürecinin 1900’lü yılların başlarında belirginleşmesine yol açmıştır. 1905 yılında Galatasaray Kulübü’nün ve 1907 yılında Fenerbahçe Kulübü’nün kurulması, bu dönüşümün ilk somut adımları arasında yer almaktadır. Buna ek olarak, 1903 yılında jimnastik kulübü olarak kurulan Beşiktaş, 1910 yılında futbol branşını bünyesine katarak futbol kulübü kimliğine kavuşmuştur. Bu üç kulüp, Türk futbolunun gelişiminde ve kurumsallaşmasında önemli bir yere sahiptir.

Kulüplerin kurulmasıyla birlikte, 1910 yılında “İstanbul Futbol Kulüpleri Ligi” oluşturulmuş ve düzenli bir lig yapısı tesis edilmiştir. Ancak, 1914 yılına gelindiğinde çeşitli sosyal ve yapısal nedenlerle lig faaliyetlerine son verilmiş ve aynı yıl “Pazar Ligi” adı verilen yeni bir organizasyona geçilmiştir. 1914-1915 sezonu, farklı günlerde oynanan iki ayrı lig sistemiyle dikkat çekmiş; Galatasaray Pazar Ligi’nde, Fenerbahçe ise Cuma Ligi’nde şampiyon olmuştur. İki kulüp arasındaki üstünlüğü belirlemek amacıyla yapılan özel karşılaşmada Fenerbahçe, Galatasaray’ı mağlup ederek İstanbul şampiyonu olmuştur (Donuk, 2005).

Trabzon’un profesyonel liglerde temsil edilmesini sağlamak amacıyla şehirdeki bazı köklü kulüpler birleşme kararı almıştır. İdmangücü ve İdmanocağı'nın öncülük ettiği bu birleşmeye, Karadeniz Gücü ve Martıspor’un da katılmasıyla 2 Ağustos 1967 tarihinde Trabzonspor Kulübü resmen kurulmuştur (Trabzonspor Kulübü, 2025).

“Dört Büyükler” arasındaki rekabet yalnızca saha içindeki karşılaşmalarda değil; oyuncu transferleri, taraftar iletişimi ve sosyal medya kampanyaları gibi pek çok alanda da kendini göstermektedir. Bu çerçevede, Türk futbol kulüpleri sosyal medyanın sunduğu fırsatları etkili biçimde kullanmakta ve taraftarlarıyla daha güçlü ilişkiler kurmaktadır. Böylece kulüp markalarını güçlendirerek hem yerel hem uluslararası görünürlüklerini artırmaktadırlar.

Örneğin, 2017-2018 sezonu yaz transfer döneminde Beşiktaş taraftarları, kulüplerinin transfer etmek istediği oyuncuların Instagram hesaplarına “Come to Beşiktaş” sloganıyla yorumlar yaparak sosyal medyada büyük bir kampanya başlatmışlardır. Bu kampanya geniş yankı uyandırmış ve Beşiktaş’ın uluslararası alanda daha fazla tanınmasına katkı sağlamıştır (Çırak, 2020).

## 2.3. Taraftar

Taraftar terimi, spor kulübüyle ilişkili, faaliyetlerine ilgi duyan ve onu destekleyen bireyleri ifade etmek için kullanılır (Arıkan, 2000). Bir takımı tutma, tuttuğu takımın başarısı için gerekli her türlü desteği sunma ve takımın seyrinden haz duyma, taraftarın tuttuğu takım ile arasındaki bağın niteliğine bağlıdır (Aydın ve Hatipoğlu, 2008).

Toplumda yaşayan her bireyin düşünce ve görüşleri farklılık göstermektedir. Bu farklılıklar, çeşitli fikirlerin ortaya çıkmasına neden olurken, aynı görüşteki kişiler ise ideolojilerin taraftarı olarak ortak bir paydada birleşebilmektedirler (Kola, 1995). Bu noktada, taraftarlık sosyal bir olgu olarak, bireylerin ortak bir değer veya kimlik etrafında birleşmesi biçiminde değerlendirilir.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, internet ve sosyal medya kullanımı artmış; böylece spor müsabakaları artık sadece tribünlerde değil, dijital platformlar aracılığıyla da geniş kitlelerce takip edilmektedir (Çeliksoy, 2022). Bu durum, taraftarlık kavramının bireyin yaşamında önemli bir yer tutmasını ve kimlik oluşumunda aktif bir parça haline gelmesini sağlamaktadır. Ayrıca, taraftarlık sürecinde ‘‘öteki’’ olarak adlandırılan rakip takım taraftarlarının varlığı da önemli bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır (Talimciler, 2017).

Taraftar ve seyirci terimleri çoğu zaman birbirinin yerine kullanılmakla beraber, bu durum araştırmacılar açısından bazı karışıklıklara yol açabilmektedir (Trail ve diğerleri, 2005). Spor takipçileri genellikle seyirci olarak adlandırılsa da, bazı araştırmalar bu iki kavramı ayrı ayrı ele almaktadır (Çeliksoy, 2022). Örneğin, Jones (1997), taraftarları, tuttukları takımı yoğun bir şekilde takip edip onunla duygusal bağ kuran kişiler olarak tanımlarken, seyirciyi ise herhangi bir şekilde spor karşılaşmalarını izleyen bireyler olarak nitelendirmiştir.

Sosyal bilimler açısından bakıldığında, taraftar kimliği sadece bir takımı tutmaktan ibaret olmayıp, aynı zamanda bir yaşam biçimi olarak da kavramsallaştırılmaktadır (Madrigal ve diğerleri, 2000). Taraftar kimliğinin oluşumunda sosyalleşme isteği, günlük sorunlardan kaçış arzusu ve sporculara duyulan hayranlık gibi çeşitli faktörler etkili olsa da, en temel unsurun taraftarların kulüplerine karşı geliştirdikleri tutumsal bağlılık olduğu vurgulanmaktadır (Keskin ve Dölarslan, 2020).

Ancak, taraftarların takımlarına olan bağlılıkları homojen değildir; çünkü spora, takıma veya sporcuya duyulan bağlılık kişisel motivasyonlara dayalı olarak bireyden bireye farklılık gösterebilir. Bu nedenle, taraftarların sergilediği davranışlar da değişkenlik arz eder. İnsan doğasının farklı karakter özelliklerine sahip olması, taraftar davranışlarındaki çeşitliliği kaçınılmaz kılmaktadır (Katırcı ve Argan, 2002). Öte yandan, fanatik taraftarlar genellikle organize olurlar ve bu gruplar içinde liderler bulunarak, taraftar hareketlerini yönlendirdikleri görülmektedir (Baş ve Göral, 2018).

## 2.3.1 Türkiye’de Futbol Taraftarı

12 Eylül 1980 sonrasındaki dönemde, futbolun toplumsal, ulusal ve siyasal kimlikler üzerindeki etkisini gören birçok siyasetçi, ulusal birliği kuvvetlendirmek için futbolu bir araç olarak kullanmayı amaçlamış ve kitleleri futbolla yönlendirmeye çalışmıştır. (Koloğlu, 1994).

Ülkemizdeki ilk futbol karşılaşması, 1890 senesinde iki İngiliz takımı arasında oynanmıştır. 1891’de Cycling Club, 1894’te Football Club Smryn ve 1896’da Sporting Club’ın kurulmasıyla futbol alanında bir rekabet ortamı doğmuştur. Cycling ve Sporting kulüpleri, her yıl büyük futbol maçları düzenleyerek, bisiklet, atletizm ve jimnastik gibi yarışmalarla da halkı spora teşvik etmişlerdir. 1899 yılında Kadıköy’de kurulan Black Stockings ise Türkiye’nin ilk amatör futbol topluluğu olarak bilinmektedir (Urartu, 1994).

Ülkemizde, 1980’li yıllara kadar organize olmuş taraftar gruplarının varlığı pek belirgin değildir. Ancak bu tarihten sonra özellikle İstanbul’un üç büyük kulübü taraftarları arasında grup oluşumları hızlanmıştır. En tanınanları; Beşiktaş’taki "Çarşı", Fenerbahçe’deki "Genç Fenerliler" ve Galatasaray’daki "Ultraslan"dır. Bunun yanı sıra, Bursa’daki "Teksas", Sakarya’daki "Tatangalar", Eskişehir’deki "Kızılcıklı", Trabzon’daki "Çılgınlar", Manisa’daki "Tarzanlar", Ankara’daki "Gecekondu", Sivas’taki "Yiğidolar" ve Rize’deki "Mekansızlar" da örgütlü taraftar grupları arasında yer alır. Futbolun Türkiye’deki gelişimi, 1903 yılında padişahın özel izniyle Bereket Jimnastik Kulübü’nün kurulmasıyla ivme kazanmıştır. Günümüzde Beşiktaş Jimnastik Kulübü olarak bilinen bu oluşum, aynı yıl İstanbul Futbol Birliği ve İstanbul Futbol Kulüpleri Ligi’nin 17 Mayıs’ta faaliyete geçmesiyle desteklenmiştir. Ardından, 1905’te Galatasaray Spor Kulübü, 1907’de Fenerbahçe Spor Kulübü ve 1908’de Vefa Kulübü’nün kurulmasıyla birlikte futbol, daha geniş kitlelere ulaşmaya başlamıştır. Özellikle 1908’de 2. Meşrutiyet’in ilan edilmesiyle baskıcı yönetimin sona ermesi, futbol kültürünün daha özgür bir ortamda yaygınlaşmasına ve gelişmesine katkı sağlamıştır (Donuk ve Şenduran, 2006).

Hatipoğlu ve Aydın (2007), Türkiye'deki futbol tribünlerini ekonomik, sosyolojik ve demografik özelliklerine dayalı olarak yedi ana kategoride sınıflandırmaktadır:

1.Üç Egemen İstanbul Kulübü Tribünleri: Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray taraftarları, kulüplerinin lisanslı ürünlerini kullanmakta ve bu kulüplerin tribünlerinde yüksek bir örgütlülük söz konusudur. Beşiktaş'ta Çarşı grubu, tribün hâkimiyetini büyük ölçüde elinde bulundururken, statlardaki giriş ücretlerinin artması, geleneksel taraftar grupları ile yeni seyirci kitlesi arasında gerilime yol açmaktadır.

2. Kimlik ve İnat Tribünleri: Karşıyaka, Ankaragücü, Adana Demirspor ve Göztepe gibi kulüplerin taraftarları, İstanbul kulüplerinin etkisine karşı yoğun bir kimlik mücadelesi vermektedir. Bu tribünlerde, İstanbul kulüplerine yönelik eleştirilerde sıkça "yalaka" vurgusu yapılmakta, kent dışı kimliklerini savunma çabaları ön plana çıkmaktadır.

3. Futbol Kentleri Tribünleri: Bursaspor ve Eskişehirspor gibi kulüplerin taraftarları, şehirlerinde yüksek bir destek bulmakla birlikte, İstanbul kulüplerine karşı mesafeli bir tavır sergileyen ve kent kimliğiyle özdeşleşmiş tribün gruplarına sahiptir.

4. Taşra Kentleri Tribünleri: Kayserispor gibi kulüplerin tribünleri, futbol kültürünün yayılmaya çalıştığı ancak derin bir taraftar bağlılığının bulunmadığı alanlardır. Bu tribünlerde etkin olan taraftar gruplarının sayısı sınırlı olup, seyirci tipi genellikle daha egemendir.

5. Trabzonspor Tribünleri: Trabzonspor, İstanbul kulüplerine karşı verdiği mücadele ve geçmişteki şampiyonlukları ile geniş bir sempatizan kitlesine sahiptir. Karadeniz Bölgesi'nde yoğun bir taraftar desteği bulunurken, Trabzonspor tribünlerinde ortalama seyirci bile coşkulu bir tutum sergileyebilmektedir.

6. Kitlesiz Kulüplerin Tribünleri: Gençlerbirliği, İstanbul Belediyespor gibi kulüplerin tribünleri, daha az örgütlü ve daha sınırlı bir katılıma sahiptir. Bazı kulüplerin tribünleri kulüp yönetimi tarafından desteklenirken, diğerleri, ticari veya şahsi çıkarlarla şekillenen, derin bağları olmayan topluluklardan oluşmaktadır.

7. Büyük Kentlerin Diğer Mahalle Tribünleri: Karagümrük, Kartalspor gibi kulüplerin tribünlerinde, İstanbul'un egemen üç kulübünün etkisi belirgin bir şekilde hissedilmektedir. Bu kulüplerin tribünleri, genellikle büyük kulüplerin altyapısı gibi görülür ve İzmir'deki Altınordu, Bucaspor gibi kulüplerin tribünleriyle benzer özellikler taşır.

## 2.4. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ( FoMo)

Fear of Missing Out (FoMO), Türkçeye Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (GKK) olarak çevrilmektedir. Bu kavram, bireyin kaçırdığı zamanlarda başkalarının ödüllendirici deneyimler yaşayabileceğine dair yaygın bir endişe duyması ve bu nedenle başkalarının yaptıklarıyla sürekli bağlantıda kalma isteği ile tanımlanmaktadır (Przybylski ve diğerleri, 2013).

FoMO’nun daha iyi anlaşılabilmesi için geliştiği dijital ortamın dinamikleri göz önünde bulundurulmalıdır. Gelişen teknolojiyle birlikte kullanıcı merkezli platformların (sosyal ağlar, video paylaşım siteleri, web portalları vb.) artması, bireylerin iletişim kalıplarında köklü dönüşümlere yol açmıştır (Çetinkaya ve diğerleri, 2021). Sosyal medyanın günlük yaşamın merkezine yerleşmesi, gelişmeleri kaçırma korkusunun ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bireyler sosyal medya platformlarında başkalarının paylaşımlarını sürekli takip etmekte ve bu süreçte fırsatları, etkinlikleri veya deneyimleri kaçırma kaygısı yaşamaktadır. Dijital dünyanın hızlı yapısı, bireylerin her an bağlantıda olma ve gelişmeleri kaçırmama baskısını artırmıştır (Alt, 2015).

Gelişmeleri kaçırma korkusunun başlangıçta gündelik konuşmalarda mizahi bir ifade olarak kullanıldığı bilinmektedir. Ancak pazarlama dünyası bu kavramın dikkat çekici potansiyelini fark etmiş ve geniş kitlelere yaymıştır. Oxford İngilizce Sözlüğü (2013), FoMO’yu genellikle sosyal medya bildirimleriyle tetiklenen ve dikkat çekici bir olayın başka bir yerde gerçekleştiği düşüncesiyle ortaya çıkan kaygı olarak tanımlamıştır (Hogan, 2015). Ruggiero (2000) ise teknolojik gelişmelerin izleyiciye çeşitli kaynaklardan sürekli bilgi sunmasıyla, bu tür kaygıların güç kazandığını belirtmektedir.

Sosyal medya, kullanıcıların profillerini oluşturduğu, diğer bireylerle bağlantıya geçtiği, paylaşımlara yorum yapıp geri bildirim aldığı ve sanal bir sosyal çevre inşa ettiği bir mecradır (Fuchs, 2012; Kaplan ve Haenlein, 2010). Söz konusu yapılar, bireyler arası etkileşimi artırırken aynı zamanda sürekli güncel kalma baskısını da beraberinde getirmektedir. Vitelli (2016), sosyal medyada insanlarla sürekli bağlantı hâlinde olma arzusunun, gelişmeleri kaçırma korkusunu tetiklediğini vurgulamıştır.

## 2.4.1. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Etiyolojisi

Gelişmeleri kaçırma korkusu üzerine yapılan çalışmalar sınırlı sayıda olmakla beraber, bu kavramın özellikle bireylerin internet kullanım alışkanlıklarıyla yakından ilişkili olduğu belirtilmektedir. Problemli internet kullanımı, sosyal medya bağımlılığı ve dijital platformlarda geçirilen sürenin artması gibi faktörlerin bu korkunun oluşumunda etkili olabileceği düşünülmektedir (Erdoğan ve diğerleri, 2021).

Yapılan birçok çalışma Gelişmeleri Kaçırma Korkusu’nun Problemli internet kullanımı ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Örneğin Göksun’un (2019) 538 üniversite öğrencisi ile yaptığı çalışmada Gelişmeleri Kaçırma Korkusu’nun Problemli internet kullanımı’nın alt boyutlarının bütünü ile anlamlı ve pozitif yönde ilişkisi olduğu bulunmuş ve bunun sonucunda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu’nun Problemli internet kullanımının bir alt boyutu olarak düşünülebileceği bildirilmiştir. Yine 2020’de 1097 katılımcıyla yapılan bir çalışmada Gelişmeleri Kaçırma Korkusu en çok PİK şiddeti ile ilişkili bulunmuştur (Elhai, J. D. ve diğerleri, 2020).

 Barker (2016) ise FoMO’nun mutsuzluktan kaynakladığını söylemektedir: “Gelişmeleri Kaçırma Korkusu’’ yüksek bireylerin kendilerine ve hayatlarına karşı duyguları olumsuzdur. Bu yüzden başkalarının kendilerinden daha iyi hayatlara sahip olduğunu düşünürler. Günlerinin çoğunu sosyal medyayı ve sanal arkadaşlarının oradaki hayatlarını kontrol ederek geçirirler. Yemek yerken, uyumadan önce, uyandıktan hemen sonra gibi. Bireyler mutsuzluklarını sosyal medyayı takip ederek gidermeye çalışmaktadır. Bu durum da kişinin ruh sağlığını olumsuz etkilemekte Gelişmeleri Kaçırma Korkusu düzeyini artırmaktadır.”

 FoMO düzeyi yüksek olan bireyler sosyal medyadaki arkadaşlarının ne yaptıkları hakkında bilgi alamadığında kaygılı ve sinirli hissedebilmektedir. Bu durum da gelişmeleri kaçırma korkusuna sebep olmaktadır. Sosyal medyaya erişim sağlayamadıkları zaman tüm olaylara son baktıkları yere kadar bakar ve rahatlama sağlarlar. Böylece erişim sağlayamadıkları zamanki korku ve asabiyet giderilmektedir. Bu durum da bir çeşit koşullanma sağlamaktadır (Tekayak ve Akpınar, 2017). Sosyal medya bildirimlerinin ya da arkadaş aktivitelerinin takip edilememesi, bireylerde rahatsızlık ve eksiklik duygusuna neden olabilmektedir (Hato, 2013).

 Yapılan bir çalışmada da FoMO yaşayan bireylerin daha önce psikolojik bir değerlendirme almış olduğu ya da abartılı şekilde her olayı kontrol etme ihtiyacı olan kişiler olduğu düşünülmektedir. Bu düşünce yüksek FoMO belirtisi gösteren bireylerin Obsesif Kompulsif Bozukluğa da sahip olabileceğini göstermiştir (Karadağ ve Akçinar, 2019).

 458 gönüllü sporcuyla yapılan bir araştırmada, FoMO’nun internet bağımlılığı ve nomofobi ile orta düzeyde bir ilişki gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca, internet bağımlılığı ve sosyal medya kullanımının aşırı derecede olmasının, FoMO’nun oluşumunda etkili olabileceği ifade edilmektedir (Yıldız ve diğerleri, 2020).

## 2.5. Özdeşleşme

Özdeşleşme, bireylerin gelişim sürecinde, kendilerine yakın ve anlamlı buldukları aile bireyleri ya da önemli diğer kişilerden örnek alarak bu özellikleri içselleştirmeleri olarak tanımlanmaktadır (Erkal ve diğerleri, 1998). Bu perspektife göre, bireyler kimliklerini büyük oranda içinde bulundukları sosyal grupların üyeliği üzerinden şekillendirir ve kendilerine olumlu bir sosyal kimlik oluşturma çabası içerisindedirler. Sosyal kimlik, bireyin aidiyet hissettiği sosyal çevreler ve bu çevrelere atfedilen değerlerle birlikte anlam kazanır. Bu bağlamda, belirli bir spor dalının veya takımın taraftarı olmak, bireyin sosyal kimliğinin önemli bir parçasını oluşturur ve özdeşleşmenin temel dayanağını oluşturur (Madrigal, 2000).

Pratt (1998) tarafından ifade edildiği üzere, özdeşleşme bireyin temel ihtiyaçlarının karşılanmasına hizmet eden ve bireye tatmin duygusu veren bütünsel bir süreçtir. Bu süreç, bireyin duygusal, bilişsel ve davranışsal yönlerini kapsamlı biçimde etkiler. Özdeşleşmenin bu bütünsel yapısı, sosyal kimlik teorisinin gelişimiyle birlikte daha iyi anlaşılmış ve açıklanmıştır.

Sosyal kimlik ve özdeşleşme süreci, bireyin çevresindeki toplumsal yapı ve bireylerle görünmez bağlar kurmasını ve kendisini bu yapıların veya bireylerin özelliklerine benzetme çabasını içerir (Zelyurt, 2019). Bu süreçte, bireyin kendisini tanımlamasında ait olduğu grubun etkisi büyüktür; grup ile olan özdeşleşme düzeyi arttıkça, bireyin grup içi ilişkileri ve grup dışı algıları daha net biçimde ortaya çıkar (Fisher, 1998; Hogg ve Vaughan, 2018).

Özdeşleşme, sosyal ilişkilerde de önemli bir rol oynar. Bireyler, aidiyet hissettikleri gruplarla daha yakın bağlar kurar, benzer düşünce yapısına sahip kişilerle ilişkilerini güçlendirirler. Ancak aşırı özdeşleşme, bireyin kendi özgün kimliğinden uzaklaşmasına ve kişisel farklılıklarını yitirmesine neden olabilir. Bu yüzden, özdeşleşmenin dengeli ve sağlıklı bir biçimde gerçekleşmesi önem taşır (Demirel ve diğerleri, 2007).

Farklı sosyal sınıflardan bireyler aynı spor dallarına ilgi gösterebilirler; sporun toplumun çeşitli kesimleri arasında köprü işlevi görerek bir arada bulunma ve etkileşim olanağı sağladığı belirtilmektedir (Delaney ve Madigan, 2009).

## 2.5.1. Sporda Özdeşleşme

Sporda özdeşleşme, bir kişinin, bir sporcu veya takımı model alarak, onların tavırlarını ve hareketlerini taklit etme ve onlarla aynı şekilde düşünmeye çalışma sürecidir (Baş, 2008). Bir bireyin bir sporcuya veya takıma benzemeye çalışması, onları taklit etmesi ve düşünce ile davranışlarını bu figürlere yakın hale getirmeye gayret etmesidir.

Eskiden klanlar, aile birlikleri, avcılık grupları gibi sınırlı sayıda topluluğa katılan insanlar, günümüzde siyasi partiler, sivil toplum kuruluşları, öğrenci grupları, hobi kulüpleri, taraftar grupları gibi çok sayıda farklı toplulukta yer almaktadır. Atalarımızdan bize aktarılan genetik miras, kulaklarımıza “toplumdan dışlanmamak için bir gruba dâhil ol” diye fısıldamaktadır (Gülcan ve Ergin, 2020). Bu eğilim, bireylerin sporda da kendilerini belirli bir grup ya da takımla özdeşleştirme yönelimlerini anlamada önemli bir dayanak sunmaktadır.

Özdeşleşmenin en mühim özelliği, bireyin kendisini bir grubun parçası olarak görmesidir. Bu bağlamda, "Biz" ve "Onlar" ayrımı, sporda özdeşleşmenin temelini oluşturur. Taraftarlar, kendi takımlarını “biz”, rakip takımları ise “onlar” olarak konumlandırır. Bir hayran için takımının başarısı, kişisel bir zafer niteliği taşır. Milli takımlar düzeyinde ise farklı kulüplerin taraftarları bile ortak bir kimlik altında birleşerek milli duygularla özdeşleşebilir. Popüler futbol kültürü, bu anlamda milli kimliğin oluşumuna da çeşitli şekillerde katkı sağlamaktadır (Erdoğan, 1993).

Branscombe ve Wann (1990), takımla özdeşleşmenin sadece profesyonel başarı ya da başarısızlıklara bağlı olmadığını; taraftar sadakatinin herhangi bir takıma karşı, uzun süreli ve koşullardan bağımsız şekilde sürdürülebildiğini belirtmişlerdir.

Kazançoğlu ve Baybars (2016)’a göre, takımla özdeşleşme, bir taraftarın takımıyla olan psikolojik ve duygusal yakınlığıdır. Cheney ve Tompkins (1987), özdeşleşmeyi, bireyin kendisini bir grupla özdeşleştirerek o grubun kimliğini benimsemesi olarak tanımlamışlardır. Bu tanımlar, spor bağlamında özdeşleşmenin yalnızca fiziksel bir bağlılıktan ibaret olmadığını, aynı zamanda derin bir duygusal ve psikolojik bütünleşmeyi ifade ettiğini ortaya koymaktadır.

## 2.5.2. Taraftar ve Özdeşleşme

Taraftarlık, bireylerin spor takımlarına yönelik geliştirdikleri aidiyet duygusunun ve kimlik bağının önemli bir yansımasıdır. Takımlarına gönülden bağlı olan taraftarlar, çoğu zaman bu bağlılığı sosyal yaşamlarının bir parçası hâline getirirler. Oyuncuların takıma duydukları sevgi, sahadaki tutumları ve taraftarla kurdukları iletişim, taraftarların takıma olan bağlılıklarını ve özdeşleşme düzeylerini artıran başlıca unsurlar arasında yer alır (Alkibay, 2005).

Taraftarlık deneyimi, bireyin desteklediği takım ile kurduğu psikolojik bağ sayesinde daha derin bir anlam kazanır. Maç günlerinde takım renklerini taşıyan kıyafetler giymek, marşları coşkuyla söylemek ve diğer taraftarlarla birlikte takımı desteklemek gibi davranışlar, taraftar kimliğinin somut göstergeleri arasında yer alır (Karatoprak, 2019). Bu tür davranışlar, yalnızca bireysel bir tercih değil, aynı zamanda grup aidiyetinin sembolleridir. Wann ve Schrader (2000), taraftarın takımıyla kurduğu psikolojik bağı ve bu bağın bireysel kimliğin önemli bir parçası hâline gelmesini, özdeşleşmenin temel bir örneği olarak tanımlamaktadır. Takımın elde ettiği başarılar, taraftar açısından kişisel bir tatmin yaratır ve bağın daha da güçlenmesine katkıda bulunur.

Ancak, taraftarların takımlarıyla kurdukları bu duygusal bağ zaman zaman olumsuz davranışlara da zemin hazırlayabilir. Özdeşleşmenin aşırıya kaçtığı durumlarda, bireyde fanatik eğilimler gelişebilir ve bu durum, sporun rekabetçi doğasında şiddet, ayrımcılık veya ırkçılık gibi olumsuz eylemlere dönüşebilir (Göksel ve Kul, 2023). Taraftarlık ve fanatizm arasındaki bu ince çizgi, spor kültürünün hem yapıcı hem de yıkıcı etkilerini gözler önüne sermektedir.

Sosyal kimlik ve aidiyet kuramları çerçevesinde değerlendirildiğinde, taraftarların takımlarıyla kurdukları psikolojik ve duygusal bağlılık, grup kimliğinin içselleştirilmesinde etkili bir rol oynar (Kazançoğlu ve Baybars, 2016). Bu süreçte birey, yalnızca desteklediği takıma sempati duymakla kalmaz, aynı zamanda takımı benliğinin bir uzantısı gibi görerek kimliğinin ayrılmaz bir parçası hâline getirir.

## 2.5.2.1. Spor Medyası ve Taraftar İlişkisi

Sporun gelişimiyle paralel olarak, spor medyası da bağımsız bir alan olarak oluşmuş ve yaygınlık kazanmıştır. Medya, sporun toplumsal bir olgu olarak gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Latince kökenli olan “desportare” ve “isportus” kelimelerinden türeyen spor, “eğlenmek, hoş vakit geçirmek, oyalanmak” anlamlarını taşımaktadır (Atalay, 2004).

Birçok yazar, spor medyasını popüler kültürün bir parçası olarak değerlendirmektedir. Bu bağlamda, spor medyası halkın ilgisini çeken ancak kalıcılığı olmayan içeriklerle günlük tüketime sunulmaktadır. Popüler kültür ise temelde “eğlence amaçlı üretilen ve tüketilen bir kültürün özelliklerini taşımaktadır” (Büyükbaykal, 2004). Sporun medyaya ekonomik açıdan bağımlı hale gelmesi, yazılı ve görsel basının spor üzerindeki etkisini giderek artırdığı şeklinde değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda, televizyonun profesyonel sporlar olmadan da varlığını sürdürebileceği, ancak profesyonel sporların televizyon gelirleri ve reklam desteği olmaksızın mevcut konumlarını koruyamayacakları ifade edilmektedir (Güler ve Demir, 1995).

Televizyon kanalları için spor programları ve maç aralarındaki reklamlar önemli bir gelir kaynağı olmuştur. Bu durum, kitle iletişim araçlarının ticari amaçlarla kullanımını artırsa da spor üzerinde olumlu etkiler bırakabilmektedir. Spor programları, bireyleri bilgilendirmenin yanı sıra, onları spora teşvik etmede de etkili olabilir. Ayrıca medya, sporun dünya çapında yayılmasına katkı sağlamaktadır. Uzun süredir evrenselliği simgeleyen medya sayesinde, spor karşılaşmaları farklı ülkelerden izlenebilmekte ve böylece kültürler birbirini daha iyi tanıyabilmektedir (Dever, 2010).

Günümüzde Türkiye'de ulusal çapta yayımlanan yaklaşık yirmi günlük gazete ve bunlara ek olarak onlarca haftalık dergi bulunmaktadır. Bu gazetelerin her birinde en az iki veya üç sayfa spor haberlerine ayrılmakta, bunun yanı sıra yalnızca spor içerikli yayın yapan gazeteler ve televizyon kanalları da bulunmaktadır. Televizyon kanallarının tamamında farklı formatlarda spor programlarına yer verilirken, birçok kanalda futbol, basketbol ve tenis gibi çeşitli spor müsabakaları canlı olarak yayınlanmaktadır. Tüm bu gelişmeler, spor ve medya arasındaki ilişkinin giderek daha da güçlendiğini ve artık bir endüstri haline geldiğini açıkça ortaya koymaktadır. Bu endüstrinin yalnızca Türkiye ile sınırlı kalmayıp dünya genelinde de etkisini uzun yıllar boyunca sürdüreceği öngörülmektedir (Ulukan ve diğerleri, 2004).

Spora olan isteğin artmasıyla birlikte yalnızca spor içerikleri sunan spor içerikli kanallar ortaya çıkmakta, hatta belirli bir spor branşına odaklanan kanallar da yayın sektöründe kendine yer bulmaktadır. Canal Plus, ESPN, Eurosport, Motors TV, L’Equipe TV, ve NBA TV, dünya çapında spor yayını yapan en köklü kanallar arasında yer almaktadır. Türkiye’de ise spor yayınları alanında faaliyet gösteren kanallar arasında TRT Spor, NTV Spor, Sports TV ve Lig TV gibi platformlar bulunmaktadır (Çetin, 2015).

Spor yayıncılığı, öncelikle gazeteler, radyo ve televizyon kanalları aracılığıyla gelişirken, bu süreci dijital medyanın yükselişi takip etmiştir. İnternet teknolojisinin ilerlemesiyle birlikte haber almak artık her zamankinden daha kolay hale gelmiş, insanlar istedikleri bilgilere her an, her yerden ulaşma imkânı elde etmiştir. Dijitalleşme süreci yalnızca dünyada değil, Türkiye’de de kendini göstermiştir. Ülkemizde dijital yayıncılığın öncüsü olan iki büyük şirket Doğan Grubu ve Uzan Holding, özellikle 2000’li yılların başında Süper Lig’in yayın hakları konusunda kıyasıya bir rekabet yaşamış, bu mücadeleyi Doğan Grubu’nun Digiturk platformu kazanmıştır.

Günümüzde dijital yayıncılığın gelişimiyle birlikte Netflix, BluTV, PuhuTV, Exxen ve Digiturk gibi birçok platform izleyicilere geniş bir içerik yelpazesi sunmaktadır. Türkiye futbol ligini yayınlayan BeIN Sports, abonelerine her an, her yerde içerik izleme fırsatı sunan uygulamalar geliştirmiştir. Dijital yayın platformları arasında en yenilerden biri olan Exxen, Acun Ilıcalı tarafından kurularak medya sektörüne hızlı bir giriş yapmış ve 2021 yılında UEFA organizasyonlarının (Şampiyonlar Ligi, UEFA Avrupa Ligi, UEFA Konferans Ligi) yayın haklarını satın alarak önemli bir konuma ulaşmıştır. 2016’dan bu yana Türkiye’de hizmet veren Netflix ise daha çok spor dışı içeriklere odaklansa da 15 Eylül 2022’de yayınlanan Fatih Terim belgeseliyle dikkatleri üzerine çekmiş, dört bölümlük bu yapım 14 milyon izlenme alarak büyük bir başarı elde etmiştir (Ekin ve Üstün, 2024).

Spor medya sayesinde geniş kitlelere ulaşma imkânı bulsa da, izleyicilerin sadece spor yayınlarını takip ederek zaman geçirmesi, spora aktif katılımı azaltabilmektedir. İnal’ın (2004) da ifade ettiği üzere, sporla aktif olarak ilgilenen bireylerin zamanla yalnızca spor izleyicisine dönüşme eğilimi söz konusudur. Ancak medyanın, bireyleri yalnızca izleyici konumunda tutmak yerine, onları doğrudan spor yapmaya teşvik eden bir araç olarak kullanılması durumunda, toplum sağlığının ve fiziksel aktivite düzeyinin artırılmasına önemli katkılar sağlanabilir. Bu nedenle, spor yayınlarının sadece eğlence amaçlı değil, bireyleri spora katılım konusunda özendirecek şekilde planlanması büyük önem taşımaktadır (İnal, 2004).

# 3. GEREÇ VE YÖNTEM

Bu bölümde çalışmanın modeli, evren ve örneklemi, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve analiz edilmesine ilişkin açıklamalar yer almaktadır.

## 3.1. Gereç

## 3.1.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada, ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli, iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişimin varlığını belirlemeyi amaçlayan tarama yaklaşımına denir. İlişkisel tarama modelinde, değişkenlerin birlikte değişip değişmediği; değişme varsa bunun nasıl olduğu saptanmaya çalışılır (Karasar, 2011).

## 3.2. Yöntem

## 3.2.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini, Türkiye'de ikamet eden ve 18 yaş üzerindeki bireyler arasından futbol taraftarı olan kişiler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, bu evrenden Google Form aracılığıyla çevrim içi olarak ulaşılan ve veri toplama sürecine gönüllü olarak katılan toplam 423 birey meydana getirmektedir. Katılımcılara, sosyal medya platformları üzerinden dağıtılan anket yoluyla ulaşılmıştır.

## 3.3. Veri Toplama Araçları

Bu kısım üç bölümden oluşmaktadır. Birinci kısım araştırmacıların hazırladığı “Kişisel Bilgi Formu’’, ikinci kısım Good (2019) tarafından geliştirilen ve Türkçe geçerlilik-güvenirlik çalışması Örgen ve Eskiler (2023) tarafından yapılan "Gelişmeleri Kaçırma Korkusu-Durum (GKK-Durum) Ölçeği" kullanılmıştır “ ve üçüncü kısım Wann ve Brancombe tarafından 1993 yılında geliştirmiş, Günay ve Tiryaki (2003) tarafından Türkçe geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılan Spor Taraftarlığı Özdeşleşme Ölçeği kullanılmıştır.

## 3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmada katılımcılara ait demografik ve bireysel özellikleri belirlemek amacıyla, araştırmacı tarafından hazırlanan kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Bu form, bağımsız değişkenlerle ilişkili sorulardan oluşmaktadır. Formda; cinsiyet, medeni durum, doğum yılı, öğrenim durumu, yaşanılan bölge, psikolojik rahatsızlık durumu, sosyal medyada geçirilen süre, destekledikleri futbol takımı, kendini tanımlama biçimi ve maç izleme yeri gibi sorular yer almaktadır.

## 3.3.2. Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği

Bu araştrmada Futbol taraftarlarının GKK düzeylerini belirlemek üzere Good tarafından 2019 yılında geliştirilen, daha sonra Good ve Hyman tarafından 2020 yılında revize edilerek tamamlanan “Durumsal GKK Ölçeği” kullanılmıştır. Bu ölçek (1) Kesinlikle katılmıyorum – (7) Kesinlikle katılıyorum şeklinde 7 dereceli Likert tipi bir ölçek olup, 8 maddeden (tek boyut) oluşmaktadır. Gerçekleştirilen uygulamalar sonucu ölçek Croanbach Alfa değeri tatmin edici şekilde .944 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca GKK’ yı bir kişilik özelliği olarak tanımlayan Przybylski ve diğerleri, (2013) tarafından geliştirilen farklı bir GKK ölçeği, yeni geliştirilen ölçeğin eşdeğer (paralel) form güvenirliğini tespit etmek için kullanılmıştır. İki ölçek arasındaki korelasyon değerinin .646-.666 olarak hesaplandığı rapor edilmiştir (Good, 2020). İlgili ölçeğin Türkçe uyarlama süreci Örgen B. ve Eskiler E. (2023). Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişki: Türk Futbol Taraftarları Örneği gerçekleştirilmiş ve gerekli izinler alınmıştır.

## 3.3.3. Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği

Wann ve Branscombe tarafından 1993 yılında geliştirilen ve Günay ile Tiryaki (2003) tarafından Türkçe geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılan Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği (STÖÖ) bu araştırmada kullanılmıştır. Yedi sorudan oluşan ölçek, 8 dereceli Likert tipi olarak hazırlanmış ve "1 = önemli değil, 8 = çok önemli" şeklinde puanlanmıştır. Günay ve Tiryaki’nin (2003) elde ettiği sonuçlara göre ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,87 olarak bulunmuştur. Bu araştırmada yapılan geçerlik ve güvenirlik analizleri, ölçeğin iç tutarlılığının yüksek olduğunu ve tek boyutlu bir yapı sergilediğini göstermiştir. Bu çalışma kapsamında, ölçeğin Cronbach Alpha değeri 0,96 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin Türkçe geçerlik ve güvenirlik çalışmasını yapan araştırmacıdan kullanım izni alınmıştır

## 3.4. Verilerin Toplanması ve İstatiksel Analizi

Araştırmada elde edilen veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Veri toplama sürecinde Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ve Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeklerden elde edilen puanların çarpıklık ve basıklık katsayıları incelenmiş, değerlerin -1.5 ile +1.5 aralığında olduğu görülmüştür. Bu sonuç doğrultusunda verilerin normal dağılım şartını sağladığı kabul edilmiştir. Bu nedenle veri analizinde parametrik testler tercih edilmiştir. İki grup karşılaştırmalarında bağımsız örneklem t-testi, üç ve daha fazla grup karşılaştırmalarında tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Gruplar arası farkların kaynağını belirlemek için ise Tukey testi kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek için Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Analizlerde %95 güven aralığı esas alınmıştır.

# 4. BULGULAR

**4.1. Araştırma Grubu**

**Tablo 1.** Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ile Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği Puanlarının Dağılımı

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Boyutlar** | **N** | **Ort.** | **S** | **Çarpıklık** | **Basıklık** | **Min** | **Max** |
| **DGKKÖ (Toplam)** | 423 | 28.67 | 14.30 | 0.662 | -0.809 | 8.00 | 56.00 |
| **STÖÖ (Toplam)** | 423 | 45.92 | 7.96 | -1.237 | -1.483 | 18.00 | 56.00 |

Tablo 1’de kullanılan ölçme araçlarının puanlarının dağılımına yer verilmiştir. Tablodaki bulgulara göre, katılımcıların “Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinden” elde etikleri ortalama değerler 28.67±14.30 olarak belirlenmiştir. İkinci ölçme aracı olan “Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeğine” bakıldığında 45.92±7.96 olarak tespit edilmiştir. Ölçme aracından alınan puanların çarpıklık ve basıklık değerlerine bakıldığında verilerin “-1.5 ile +1.5” aralığında yer aldığı görülmüştür. Bu doğrultuda verilerin normallik dağılım şartını sağladığı söylenebilir (Tablo 1). Bu sebeple verilerin analizinde parametrik testler tercih edilmiştir.

**Tablo 2.** Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ile Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşması

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Değişken** | **Cinsiyet** |  **N** |  **Ort.** |  **S** | **Sd** | **T** | **P** |
| **DGKKÖ (Toplam)** | Kadın | 164 | 29,79 | 14,19 | 421 | 1.288 | 0.19 |
| Erkek | 259 | 27,96 | 14,35 |
| **STÖÖ (Toplam)** | Kadın | 164 | 42,28 | 8,42 | 421 | 8.005 | ***0.00*** |
| Erkek | 259 | 48,22 | 6,73 |

Analizler, katılımcıların cinsiyetine göre Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (t= 1.288, p>0.05) genelinden alınan puan ortalamalarının anlamlı olarak farklılaşmadığını göstermektedir. Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği (t= 8.005, p<0.05) genelinden elde edilen puanlara bakıldığında cinsiyete göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 3.** Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ile Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği Puanlarının Medeni Duruma Göre Farklılaşması

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Değişken** | **Medeni Durum** |  **N** |  **Ort.** |  **S** | **Sd** | **t** | **P** |
| **DGKKÖ (Toplam)** | Evli | 59 | 25,94 | 15,67 | 421 | -1.580 | 0.11 |
| Bekar | 364 | 29,11 | 14,04 |
| **STÖÖ (Toplam)** | Kadın | 59 | 44,61 | 9,33 | 421 | -1.365 | 0.17 |
| Erkek | 364 | 46,13 | 7,71 |

Analizler, katılımcıların medeni duruma göre Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (t= -1.580, p>0.05) genelinden alınan puan ortalamalarının anlamlı olarak farklılaşmadığını göstermektedir. Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği (t= -1.365, p>0.05) genelinden elde edilen puanlara bakıldığında medeni duruma göre anlamlı farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 4.** Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ile Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği Puanlarının Doğum Yılına Göre Farklılaşması

|  |
| --- |
| **Doğum Yılı** |
|  |  **N** | **r** | **P** |
| **DGKKÖ (Toplam)** | 423 | ,197\* | ***0.00*** |
| **STÖÖ (Toplam)** | 423 | ,068 | 0.16 |

Analizler, katılımcıların doğum yılına göre Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (r= 0,197; p<0.05) genelinden alınan puan ortalamaları pozitif yönde anlamlı ilişki göstermektedir. Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği (r= 0,068, p>0.05) genelinden elde edilen puanlara bakıldığında doğum yılına göre anlamlı ilişki tespit edilmemiştir.

**Tablo 5.** Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ile Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği Puanlarının Öğrenim Durumuna Göre Farklılaşması

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Boyutlar** | **Faktör** | **KT** | **sd** | **KO** |  **F** |  **P** | **AF** |
| **DGKKÖ (Toplam)** | Gruplar arası | 3,305 | 2 | 1,653 | ,008 | 0.99 |  |
| Gruplar içi | 86317,673 | 420 | 205,518 |
| Toplam | 86320,979 | 422 |  |
| **STÖÖ (Toplam)** | Gruplar arası | 629,077 | 2 | 314,538 | 5,049 | ***0.00*** | 1-32-3 |
| Gruplar içi | 26167,349 | 420 | 62,303 |
| Toplam | 26796,426 | 422 |  |

Gruplar: 1: Lise, 2: Lisans, 3: Yüksek Lisans veya Doktora

Analizler, katılımcıların öğrenim durumuna göre Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (F2.420= 0.008, p>0.05) genelinden alınan puan ortalamalarının anlamlı olarak farklılaşmadığını göstermektedir. Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği (F2.420= 5.049, p<0.05) genelinden elde edilen puanlara bakıldığında öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Gruplar arasındaki farkın kaynağını tespit etmek için yapılan Tukey testi sonuçlarına göre;

* Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği genelinde; Lise (Ort: 46.08, Ss: 7.34) ile Yüksek Lisans veya Doktora (Ort: 41.68, Ss: 10.68) arasında Lise lehine, Lisans (Ort: 46.38, Ss: 7.79) ile Yüksek Lisans veya Doktora (Ort: 41.68, Ss: 10.68) arasında Lisans lehine, anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 6.** Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ile Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği Puanlarının Yaşanılan Bölgeye Göre Farklılaşması

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Boyutlar** | **Faktör** | **KT** | **sd** | **KO** | **F** | **p** | **AF** |
| **DGKKÖ (Toplam)** | Gruplar arası | 9288,917 | 6 | 1548,153 | 8,361 | ***0.00*** | 1-21-32-6 |
| Gruplar içi | 77032,062 | 416 | 185,173 |
| Toplam | 86320,979 | 422 |  |
| **STÖÖ (Toplam)** | Gruplar arası | 1282,560 | 6 | 213,760 | 3,485 | ***0.00*** | 1-3 |
| Gruplar içi | 25513,866 | 416 | 61,331 |
| Toplam | 26796,426 | 422 |  |

Gruplar: 1: Marmara, 2: Karadeniz, 3: Ege, 4: İç Anadolu, 5: Doğu Anadolu, 6: Güney Doğu Anadolu, 7: Akdeniz

Analizler, katılımcıların yaşanılan bölgeye göre Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (F6,416= 8.361, p<0.05) genelinden alınan puan ortalamalarının anlamlı olarak farklılaştığını göstermektedir. Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği (F6,416= 3.485, p<0.05) genelinden elde edilen puanlara bakıldığında yaşanılan bölgeye göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Gruplar arasındaki farkın kaynağını tespit etmek için yapılan Tukey testi sonuçlarına göre;

* Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği genelinde; Marmara (Ort: 25.87, Ss: 10.60) ile Karadeniz (Ort: 40.28, Ss: 15.94) arasında Karadeniz lehine, Marmara (Ort: 25.87, Ss: 10.60) ile Ege (Ort: 31.65, Ss: 17.60) arasında Ege lehine, Karadeniz (Ort: 40.28, Ss: 15.94) ile Güney Doğu Anadolu (Ort: 24.38, Ss: 17.68) arasında Karadeniz lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir.
* Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği genelinde; Marmara (Ort: 46.93, Ss: 5.90) ile Ege (Ort: 42.71, Ss: 11.08) arasında Ege lehine, anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 7.** Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ile Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği Puanlarının Psikolojik Rahatsızlık Olma Duruma Göre Farklılaşması

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Değişken** | **P.Rahatsızlık** | **N** | **Ort.** | **S** | **Sd** | **t** | **P** |
| **DGKKÖ (Toplam)** | Evet | 6 | 27,50 | 17,42 | 421 | -0.202 | 0.84 |
| Hayır | 417 | 28,69 | 14,27 |
| **STÖÖ (Toplam)** | Evet | 6 | 41,00 | 7,97 | 421 | -1.526 | 0.12 |
| Hayır | 417 | 45,99 | 7,95 |

Analizler, katılımcıların psikolojik rahatsızlığı olma durumuna göre Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (t= -0.202, p>0.05) genelinden alınan puan ortalamalarının anlamlı olarak farklılaşmadığını göstermektedir. Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği (t= -1.526, p>0.05) genelinden elde edilen puanlara bakıldığında psikolojik rahatsızlığı olma durumuna göre anlamlı farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 8.** Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ile Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği Puanlarının Sosyal Medyada Süre Geçirme Durumuna Göre Farklılaşması

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Boyutlar** | **Faktör** | **KT** | **sd** | **KO** | **F** | **P** | **AF** |
| **DGKKÖ (Toplam)** | Gruplar arası | 4365,018 | 3 | 1455,006 | 7,439 | ***0.00*** | 1-21-3 |
| Gruplar içi | 81955,960 | 419 | 195,599 |
| Toplam | 86320,979 | 422 |  |
| **STÖÖ (Toplam)** | Gruplar arası | 969,889 | 3 | 323,296 | 5,245 | ***0.00*** | 2-4 |
| Gruplar içi | 25826,536 | 419 | 61,639 |
| Toplam | 26796,426 | 422 |  |

Gruplar: 1: Günde 1 saatten az, 2: Günde 1-3 saat, 3: Günde 4-7 saat, 4: Günde 7 saatten fazla

Analizler, katılımcıların sosyal medyada süre geçirme durumuna göre Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (F3,419= 7.439, p<0.05) genelinden alınan puan ortalamalarının anlamlı olarak farklılaştığını göstermektedir. Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği (F3,419= 5.245, p<0.05) genelinden elde edilen puanlara bakıldığında sosyal medyada süre geçirme durumuna göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Gruplar arasındaki farkın kaynağını tespit etmek için yapılan Tukey testi sonuçlarına göre;

* Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği genelinde; Günde 1 saatten az (Ort: 19.35, Ss: 14.28) ile Günde 1-3 saat (Ort: 28.05, Ss: 15.91) arasında Günde 1-3 saat lehine, Günde 1 saatten az (Ort: 19.35, Ss: 14.28) ile Günde 4-7 saat (Ort: 30.80, Ss: 13.68) arasında Günde 4-7 saat lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir.
* Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği genelinde; Günde 1-3 saat (Ort: 43.87, Ss: 9.91) ile Günde 7 saatten fazla (Ort: 49.14, Ss: 4.13) arasında Günde 7 saatten fazla lehine, anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 9.** Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ile Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği Puanlarının Desteklenilen Takıma Göre Farklılaşması

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Boyutlar** | **Faktör** | **KT** | **sd** | **KO** | **F** | **P** | **AF** |
| **DGKKÖ (Toplam)** | Gruplar arası | 3599,848 | 3 | 1199,949 | 6,078 | ***0.00*** | 1-21-4 |
| Gruplar içi | 82721,131 | 419 | 197,425 |
| Toplam | 86320,979 | 422 |  |
| **STÖÖ (Toplam)** | Gruplar arası | 135,380 | 3 | 45,127 | ,709 | 0.54 |  |
| Gruplar içi | 26661,046 | 419 | 63,630 |
| Toplam | 26796,426 | 422 |  |

Gruplar: 1: Fenerbahçe, 2: Galatasaray, 3: Beşiktaş, 4:Trabzonspor

Analizler, katılımcıların desteklenilen takım durumuna göre Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (F3,419= 6.078, p<0.05) genelinden alınan puan ortalamalarının anlamlı olarak farklılaştığını göstermektedir. Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği (F3,419= 0.709, p>0.05) genelinden elde edilen puanlara bakıldığında desteklenilen takım durumuna göre anlamlı farklılık tespit edilmemiştir.

Gruplar arasındaki farkın kaynağını tespit etmek için yapılan Tukey testi sonuçlarına göre;

* Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği genelinde; Fenerbahçe (Ort: 26.76, Ss: 11.88) ile Galatasaray (Ort: 33.26, Ss: 17.83) arasında Galatasaray lehine, Fenerbahçe (Ort: 26.76, Ss: 11.88) ile Trabzonspor (Ort: 34.33, Ss: 18.05) arasında Trabzonspor lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 10.** Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ile Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği Puanlarının Kendini Tanımlama Duruma Göre Farklılaşması

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Değişken** | **Kendini Tanımlama** | **N** | **Ort.** | **S** | **Sd** | **t** | **P** |
| **DGKKÖ (Toplam)** | Taraftar | 108 | 28,50 | 14,22 | 421 | -0.138 | 0.89 |
| Fanatik Taraftar | 315 | 28,73 | 14,34 |
| **STÖÖ (Toplam)** | Taraftar | 108 | 37,98 | 9,55 | 421 | -14.768 | ***0.00*** |
| Fanatik Taraftar | 315 | 48,64 | 5,01 |

Analizler, katılımcıların kendini tanımlama durumuna göre Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (t= -0.138, p>0.05) genelinden alınan puan ortalamalarının anlamlı olarak farklılaşmadığını göstermektedir. Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği (t= -14.768, p<0.05) genelinden elde edilen puanlara bakıldığında kendini tanımlama durumuna göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 11.** Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ile Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği Puanlarının Maç İzleme Yerine Göre Farklılaşması

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Boyutlar** | **Faktör** | **KT** | **sd** | **KO** | **F** | **p** | **AF** |
| **DGKKÖ (Toplam)** | Gruplar arası | 1688,791 | 2 | 844,396 | 4,190 | ***0.01*** | 1-2 |
| Gruplar içi | 84632,187 | 420 | 201,505 |
| Toplam | 86320,979 | 422 |  |
| **STÖÖ (Toplam)** | Gruplar arası | 6096,047 | 2 | 3048,023 | 61,843 | ***0.00*** | 1-21-32-3 |
| Gruplar içi | 20700,379 | 420 | 49,287 |
| Toplam | 26796,426 | 422 |  |

Gruplar: 1: Tribün, 2: Kitle iletişim araçları, 3: Maçları takip etmiyorum

Analizler, katılımcıların maç izleme yerine göre Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (F2,420= 4.190, p<0.05) genelinden alınan puan ortalamalarının anlamlı olarak farklılaştığını göstermektedir. Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği (F2,420= 61.843, p<0.05) genelinden elde edilen puanlara bakıldığında maç izleme yerine göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Gruplar arasındaki farkın kaynağını tespit etmek için yapılan Tukey testi sonuçlarına göre;

* Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği genelinde; Tribün (Ort: 33.95, Ss: 17.52) ile Kitle iletişim araçları (Ort: 27.83, Ss: 13.51) arasında Tribün lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir.
* Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği genelinde; Tribün (Ort: 51.08, Ss: 5.35) ile Kitle iletişim araçları (Ort: 46.05, Ss: 7.04) Tribün lehine, Tribün (Ort: 51.08, Ss: 5.35) ile Maçları takip etmiyorum (Ort: 30.05, Ss: 9.90) arasında Tribün lehine, Kitle iletişim araçları (Ort: 46.05, Ss: 7.04) ile Maçları takip etmiyorum (Ort: 30.05, Ss: 9.90) arasında Kitle iletişim araçları lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 12.** Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ile Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **DGKKÖ (Toplam)** | **STÖÖ (Toplam)** |
| **DGKKÖ (Toplam)** | **1** |  |
| **STÖÖ (Toplam)** | ,084 | **1** |

Katılımcıların durumsal gelişmeleri kaçırma korkuları ile spor taraftarları özdeşleşme düzeyleri arasındaki ilişkiyi analiz etmek için Pearson Korelasyon Katsayısı kullanılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda; Durumsal Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ile Spor Taraftarları Özdeşleşme Ölçeği arasında herhangi bir ilişki tespit edilmemiştir (r= 0,084; p>0.05).

# 5. TARTIŞMA

Bu çalışmada, Türkiye’de dört büyük futbol takımı taraftarlarının gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) ile taraftarlık özdeşleşme düzeyleri arasındaki ilişki analiz edilmiş ve elde edilen bulgular, ilgili literatür çerçevesinde ele alınmıştır. Araştırma sonuçları doğrultusunda, taraftarların demografik özellikleri ile FoMO ve özdeşleşme düzeyleri arasındaki farklılıklar ortaya konmuş, bu değişkenler arasındaki ilişkiler kapsamlı biçimde yorumlanmıştır. Çalışmanın temel amacı, taraftar psikolojisi bağlamında FoMO’nun ve özdeşleşmenin etkileşim süreçlerini derinlemesine inceleyerek, bu alandaki bilgi boşluğunu doldurmaktır.

Yapılan analizler, katılımcıların cinsiyetlerine göre durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerinde anlamlı bir farklılık olmadığını ortaya koymaktadır. Alan yazında çalışmamız bulgularını destekleyen çalışmalar bulunduğu gibi (Çınar, 2017; Kaçik ve Acar, 2020; Kartol ve Peker, 2020; Küçükefe, 2025; Uzun ve diğerleri, 2019), farklı sonuçlara ulaşan araştırmalar da mevcuttur (Bardakçı ve Ulaş, 2024). Buna karşılık, spor taraftarlığına yönelik özdeşleşme düzeylerinde cinsiyete bağlı olarak anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Çalışmamız, Polat (2018) tarafından yapılan çalışmayla farklılık göstermektedir. Bununla birlikte, spor taraftarlığının özdeşleşme düzeylerinde cinsiyetin etkili olması, literatürdeki bazı araştırmalarla paralel bir şekilde, taraftarların takım kimliklerine ve bağlılık düzeylerine bağlı olarak cinsiyet farklılıklarının ortaya çıkabileceğini göstermektedir. Ancak, bu bulgunun literatürde genel olarak daha az incelenmiş olması, çalışmamızın ilgili alandaki özgün katkısını ve önemini ortaya koymaktadır. Özellikle, erkek ve kadın taraftarlar arasındaki psikososyal farklılıkların, takım bağlılıkları ve özdeşleşme düzeyleri üzerinde farklı etkiler yarattığı düşünülmektedir. Bu bulgular, cinsiyetin spor taraftarlığı bağlamında belirleyici bir değişken olabileceğini ortaya koymakta; bu durum, alan yazındaki sınırlı çalışmalar göz önüne alındığında, cinsiyet temelli psikososyal dinamiklerin daha kapsamlı biçimde araştırılması gerektiğine işaret etmektedir.

Araştırma bulgularına göre, katılımcıların medeni durumlarına göre hem durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerinde hem de spor taraftarlığına yönelik özdeşleşme düzeylerinde anlamlı bir farklılık olmadığını ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgular, medeni durumun bu değişkenler üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir. Alan yazında, çalışmamızın bulgularıyla çelişen araştırmalar bulunmakla birlikte (Açak ve diğerleri, 2018; Tatar ve diğerleri, 2022), elde ettiğimiz sonuçlarla örtüşen çalışmaların sayıca daha fazla olduğu görülmektedir (Balcı, 2016; Doğru ve diğerleri, 2021; Durgutluoğlu, 2020; Özcan ve Umut, 2019; Yaman, 2024; Yıkılmaz, 2017). Araştırma bulguları, taraftarların medeni durumlarının, takımlarıyla kurdukları özdeşleşme düzeyinde belirleyici bir faktör olmadığını ortaya koymaktadır. Bu durum, taraftarlık olgusunun bireylerin demografik özelliklerinden ziyade, daha çok psikososyal ihtiyaçlar, aidiyet duygusu ve sosyal kimlik çerçevesinde şekillendiğini ortaya koymaktadır. Nitekim taraftarların takımlarıyla kurdukları özdeşleşme, medeni durumdan bağımsız olarak, bireyin kimlik geliştirme süreci, sosyal bağ kurma gereksinimi ve grup aidiyeti gibi derinlemesine psikolojik ve sosyolojik dinamiklerle ilişkilendirilebilir. Bu bağlamda, taraftarlığın temelinde yer alan duygusal ve bilişsel süreçlerin, evli veya bekâr olmaktan daha etkili olduğu söylenebilir.

Yapılan analizler, katılımcıların doğum yılı ile durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Buna karşın, doğum yılı ile spor taraftarlığına yönelik özdeşleşme düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Bu sonuçlar, yaş değişkeninin yalnızca durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu üzerinde etkili olabileceğini göstermektedir. Gelişmeleri kaçırma korkusu ile doğum yılı değişkenlerine bakan çalışmaları incelediğimizde çalışmamız bulguları ile benzerlik ve farklılık gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Gezgin ve diğerleri, 2017; Güler, 2024; Hodkinson, 2016; Kaçik ve Acar, 2020; Örgen, 2022; Özcan ve Umut, 2019; Parker, 2012; Przybylski ve diğerleri, 2013; Şahbaz ve Çetinkaya, 2020; Tanhan ve diğerleri, 2022). Doğum yılı ile spor taraftarlığına yönelik özdeşleşme düzeyleri arasındaki ilişkide anlamlı ve benzer sonuçlara ulaşan çalışmalar mevcuttur (Akkoç ve Üzüm, 2022; Çeyiz ve diğerleri, 2023; Salam ve diğerleri, 2015; Şengül Gültekin, 2024). Bu çerçevede değerlendirildiğinde, Bireylerin yaşları ile gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) arasındaki pozitif yöndeki anlamlı ilişki, özellikle yeni neslin dijital teknolojilerle doğrudan temas halinde büyümüş olmasına ilişkilendirilebilir. Dijital yerli olarak tanımlanan gençler, hayatlarının erken dönemlerinden itibaren akıllı telefonlar, sosyal medya platformları ve anlık iletişim teknolojileri ile etkileşim içerisinde bulunmuşlardır. Bu durum, onların bilgiye, sosyal onaya ve güncel gelişmelere hızlı erişim beklentilerini artırmış; anlık bildirimlere yönelik bağımlılık düzeylerinde artışa ve gelişmeleri kaçırmaya ilişkin kaygı düzeylerinin yükselmesine neden olmuştur.

Öte yandan, ileri yaş gruplarının dijital teknolojilere sonradan uyum sağlamış olması, bu bireylerin anlık gelişmelere ve sosyal medya içeriklerine yönelik hassasiyetlerini azaltmakta ve dolayısıyla gelişmeleri kaçırma korkusunu daha düşük seviyelerde deneyimlemelerine yol açmaktadır. Araştırma bulguları doğrultusunda, yaş ilerledikçe bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusunda anlamlı bir azalma olduğu; bunun da dijital sosyalleşmenin bireylerin yaşam döngüsü içerisindeki kazanımıyla doğrudan ilişkili olduğu ifade edilebilir. Sonuç olarak, teknolojik ortamların bireyler üzerindeki psikososyal etkileri yaş değişkeni doğrultusunda farklılaşmakta; genç bireylerde gelişmeleri kaçırma korkusu daha belirgin bir biçimde ortaya çıkarken, ileri yaş gruplarında bu etki daha sınırlı düzeyde kalmaktadır. Bu durum, dijital sosyalleşmenin bireyin kimlik gelişimi ve sosyal bağ kurma dinamikleri üzerindeki etkisinin yaşa bağlı olarak değişkenlik gösterdiğini desteklemektedir.

Katılımcıların öğrenim durumlarına göre durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerinde anlamlı bir farklılık bulunmadığını ortaya koymaktadır. Öte yandan, spor taraftarlığına yönelik özdeşleşme düzeylerinde öğrenim durumuna bağlı olarak anlamlı farklılıklar gözlenmiştir. İleri düzey analiz sonuçlarına göre, lise ve lisans mezunlarının spor taraftarlığına yönelik özdeşleşme düzeyleri, yüksek lisans veya doktora düzeyinde öğrenim gören bireylere kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgular, akademik ilerlemenin taraftarlık düzeyiyle ters yönde ilişkili olabileceğine işaret etmektedir (Gençay ve Karaküçük, 2004; Göksel ve Kul, 2023; Yıldız ve Yürekli, 2024). Bu bulgular, eğitim düzeyi yükseldikçe bireylerin spora olan duygusal bağlılıklarının ve taraftarlık hissinin azalabileceğini göstermektedir. Nitekim eğitim süreci bireyin kimliğinde, ilgi alanlarında ve yaşam önceliklerinde çeşitli dönüşümler yaratabilmekte; bu da sporla kurulan ilişkiyi daha rasyonel, mesafeli veya seçici bir biçime dönüştürebilmektedir. Eğitim düzeyi yükseldikçe bireylerin ilgi alanları, öncelikleri ve hayata bakış açıları farklılaşmakta; bu da spora duyulan ilginin düzeyini etkileyebilmektedir. Ayrıca elde edilen bulgular, taraftarlık düzeyindeki değişimlerin bireylerin sahip oldukları kültürel birikim, düşünme tarzı ve günlük yaşamdaki tercihleriyle ilişkili olabileceğini ortaya koymaktadır.

Analiz sonuçları, katılımcıların yaşadıkları bölgelere göre hem durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerinde hem de spor taraftarlığına yönelik özdeşleşme düzeylerinde anlamlı farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgulara göre, özellikle Karadeniz ve Ege bölgelerinde yaşayan bireylerin durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerinin bazı bölgelere kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir. Benzer şekilde, spor taraftarlığına yönelik özdeşleşme açısından Marmara ve Ege bölgeleri arasında da anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, bölgesel farklılıkların bireylerin dijital ve sportif tutumları üzerinde etkili olabileceğini göstermektedir. Kentlerde yaşayan bireyler, daha yoğun sosyal etkileşimler, daha fazla etkinlik ve fırsat çeşitliliği nedeniyle daha yüksek FoMO düzeyleri sergileyebilirler. Sosyal medyada sürekli olarak farklı etkinliklere katılan insanları görme olasılıkları daha yüksek olabilir. Przybylski ve diğerlerinin (2013) çalışması da ulaşılan bulguları desteklemektedir. Özellikle şehir merkezlerinde yaşayan bireylerin, sosyal medyada daha fazla etkinlik ve sosyal paylaşım görmeleri, gelişmeleri kaçırma korkusunu arttırabilmektedir. Buna kıyasla, kırsal bölgelerde etkinlik olanaklarının daha sınırlı olması, bilgi akışının yavaş olması nedeniyle FoMO düzeylerinin daha düşük izlenmesi beklenebilir. Sosyal değerler ve sosyoekonomik farklılıklar, bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ve dolayısıyla FoMO düzeylerini şekillendirmektedir. Ayrıca, internet altyapısındaki eşitsizlikler de bireylerin sosyal medya etkileşimini ve gelişmeleri kaçırma korkusunu doğrudan etkileyebilmektedir.

Alan yazında yaşanılan bölge değişkenini doğrudan inceleyen çalışma sayısı sınırlı olmakla birlikte, yaşanılan yerin sosyal ilişkiler ve bilgiye erişim üzerinde etkili olduğunu gösteren bazı çalışmalar bulunmaktadır (Abel ve diğerleri, 2016; Przybylski ve diğerleri, 2013). Bununla beraber, taraftarlık özdeşleşme düzeylerinde bölgeler arası farklılıkların ortaya çıkması, Büyük şehirlerde profesyonel futbol takımlarının daha yoğun bir şekilde varlık göstermesi,. Büyük şehirlerde stadyumlara daha kolay erişebilmesi ve maç atmosferini doğrudan deneyimleyebilmesiyle açıklanabilir. Kent yaşamı, taraftarlık duygusunu güçlendiren fiziksel deneyimler sunarken, kırsal bölgelerde bu tür imkanların sınırlı olması, taraftarların takımlarıyla kurdukları özdeşleşme düzeyinin daha düşük olmasına neden olabilir.

Gerçekleştirilen analizler, katılımcıların psikolojik rahatsızlık yaşayıp yaşamadıklarına göre hem durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerinde hem de spor taraftarlığına yönelik özdeşleşme düzeylerinde anlamlı bir farklılık olmadığını ortaya koymaktadır. Bu bulgular, psikolojik rahatsızlık durumunun ilgili değişkenler üzerinde belirleyici bir etkisinin bulunmadığını göstermektedir. Alan yazın incelendiğinde, psikolojik rahatsızlık değişkeninin hem FoMO hem de spor taraftarlığı özdeşleşmesi bağlamında çalışmaların oldukça kısıtlı olduğu görülmektedir. Bu yönüyle çalışma, söz konusu değişkenin bu iki kavramla ilişkisini irdeleyen öncü bir katkı niteliği taşımaktadır. Mevcut literatür daha çok FoMO’yu yaş, cinsiyet, sosyal medya kullanımı veya kişilik özellikleri gibi değişkenlerle; spor taraftarlığını ise demografik faktörler, takım başarısı ve sosyo-kültürel aidiyetle ilişkilendirmiştir. Bu nedenle, psikolojik rahatsızlık durumunun bu kavramlarla ilişkisine dair bulguların sınırlı olması, çalışmanın literatürdeki bu boşluğa dikkat çekmesi açısından değerlidir. İlerleyen çalışmalarda, psikolojik rahatsızlık türleri, sürekliliği ve bireylerin yardım arama davranışları gibi alt değişkenlerin detaylı incelenmesi, daha derinlikli ve açıklayıcı sonuçlara ulaşılmasını sağlayabilir.

Katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri süreye göre hem durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu hem de spor taraftarlığına yönelik özdeşleşme düzeylerinde anlamlı farklılıklar bulunduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgulara göre, sosyal medyada daha fazla zaman geçiren bireylerin hem gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerinin hem de taraftarlık özdeşleşme düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum, sosyal medya kullanım süresinin dijital kaygılar ve taraftarlık tutumları üzerinde etkili olabileceğini göstermektedir. Kim ve diğerleri (2020) tarafından yapılan bir araştırma, Gelişmeleri kaçırma korkusunun spor tüketimi davranışlarında önemli bir motivasyon kaynağı olduğunu ve sosyal medya kullanımının bu ilişkiyi güçlendirdiğini ortaya koymuştur (Kim ve diğerleri, 2020). Benzer şekilde çalışmamız bulgularıyla benzer ve farklı çalışmalar bulunmaktadır. (Fuster ve diğerleri, 2017; Lee ve Na, 2023; Przybylski ve diğerleri, 2013). Bu bulgular, sosyal medya kullanımının bireylerin sporla olan bağlarını ve dijital kaygı düzeylerini önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. Dijital çağda, sosyal medya bireylerin bilgiye erişim biçimini ve sosyal ilişkilerini değiştirirken, bu durum spor taraftarlığı ve gelişmeleri kaçırma korkusu gibi psikolojik süreçlerin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, sosyal medya kullanımının spor tüketimi ve taraftarlık üzerindeki etkilerinin daha detaylı incelenmesi, alana katkı sağlayacaktır.

Analizler, katılımcıların destekledikleri takıma göre durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerinde anlamlı farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır. Buna karşın, taraftarlık özdeşleşme düzeyleri açısından desteklenen takıma göre anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir. Elde edilen bulgular, bazı takımların taraftarlarında gelişmeleri kaçırma korkusunun daha yoğun yaşandığını göstermektedir. Literatürde, taraftar değişkenine bağlı olarak gelişmeleri kaçırma korkusu ve taraftarlık özdeşleşme düzeyleri arasındaki ilişkiyi ele alan benzer çalışmalar mevcuttur (Altın ve diğerleri, 2020; Örgen, 2022; Paksoy, 2014). Bu bulgular, taraftarların destekledikleri takımın güncel gelişmeleri takip etme konusundaki motivasyonlarını etkileyebileceğini, ancak bu etkinin taraftarlık özdeşleşme düzeyine aynı şekilde yansımadığınıbelirtmektedir. Özdeşleşme düzeyi yüksek çıkan bazı takımların, sadece sportif başarılarıyla değil, aynı temsil ettikleri değerler ve özellikle şehirle kurdukları güçlü aidiyet bağıyla taraftarlarıyla daha derin bir ilişki kurduğu söylenebilir. Takımın şehirle özdeşleşmesi, taraftarın o takıma olan duygusal bağını artırmakta ve bu da özdeşleşmeyi pekiştirmektedir. Ayrıca son yıllarda sportif olarak başarılı olan takımların taraftarlarında, bu başarıların takıma olan bağlılığı güçlendirdiği görülmektedir. Takımın kazandığı başarılar, taraftarın takımıyla gurur duymasını kolaylaştırmakta ve kimliksel bağını kuvvetlendirmektedir. Buna karşılık, bazı büyük kulüplerin taraftarlarında özdeşleşme düzeyinin daha düşük çıkması, geniş ve farklı kesimlerden oluşan taraftar yapısı, son dönemlerdeki sportif başarısızlıklar ya da camia içindeki bölünmeler gibi faktörlerle açıklanabilir.

Bu bağlamda, gelişmeleri kaçırma korkusunun daha çok güncel olaylar, medya ilgisi ve sosyal çevreyle ilişkili olduğu, taraftarlık özdeşleşmesinin ise başarı, tarihsel geçmiş ve şehirle olan bağ gibi daha kalıcı unsurlar tarafından şekillendiği söylenebilir. Bu durum, ilerleyen çalışmalarda taraftar psikolojisinin bilişsel ve duygusal boyutlarının çok boyutlu bir yaklaşımla incelenmesi gerekliliğine işaret etmektedir.

Taraftarların kendilerini “taraftar” ya da “fanatik taraftar” olarak tanımlamalarının, durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu (GKK) ve taraftarlık özdeşleşme düzeyleri üzerindeki etkileri giderek artan bir ilgi alanı haline gelmiştir. Yapılan analizler, fanatik taraftar kimliğinin taraftarlık özdeşleşme düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu ortaya koyarken, durumsal GKK düzeylerinde bu etki gözlenmemiştir. Literatürde, taraftar kimliği ile dijital kaygıların ilişkisini birlikte ele alan çalışmalar sınırlıdır; bu nedenle, bu alandaki boşluğu doldurmak için kapsamlı araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır (Baş ve diğerleri, 2020; Polat, 2018).

Araştımada, bireylerin maç izledikleri yere göre durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerinde anlamlı farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur. Özellikle tribünde maç izleyen bireylerin bu korkuyu daha yoğun yaşadıkları görülmüştür. Benzer şekilde, spor taraftarlığına ilişkin özdeşleşme düzeylerinde de anlamlı farklılıklar bulunmuş; tribünde maç izleyen bireylerin taraftarlıkla daha yüksek düzeyde özdeşleştikleri belirlenmiştir. Ayrıca, kitle iletişim araçları aracılığıyla maç izleyen bireylerin de bu bağlamda daha yüksek puanlara sahip oldukları, maçları hiç takip etmeyen bireylerin ise en düşük düzeyde özdeşleşme sergiledikleri gözlenmiştir. Bu bulgular, taraftarlık deneyiminin yoğunluğunun, bireylerin takımlarıyla kurduğu bağ üzerinde belirleyici olabileceğini göstermektedir. Bu bulgular, taraftarlık deneyiminin yaşandığı ortamın, hem dijital kaygı düzeyleri hem de taraftarlıkla özdeşleşme üzerinde etkili bir değişken olabileceğini ortaya koymaktadır. Literatürde maç izleme mecrasının (tribün, televizyon, dijital platformlar vb.) bu tür psikososyal boyutlarla ilişkisini doğrudan inceleyen çalışmaların bulunmaması, bu çalışmayı alana özgün bir katkı sunar hâle getirmektedir. Özellikle tribünde maç izleyen bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusunu daha yoğun yaşaması durumu tribünde bulunmanın bireyde olayların bir parçası olma, anı kaçırmama ve toplulukla birlikte yaşama isteğini daha da artırdığı şeklinde yorumlanabilir. Tribün deneyimi bireye yalnızca maçı izleme değil, aynı zamanda sosyal bir atmosferi ve aidiyet duygusunu da yaşatır. Bu deneyimlerin eksikliği, özellikle kitle iletişim araçları üzerinden maç izleyen bireylerde daha düşük Gelişmeleri kaçırma korkusu puanları ile sonuçlanmıştır. ve takımlarıyla daha güçlü bir özdeşleşme kurması, tribünde bulunmanın bireyde aidiyet ve grup kimliği duygusunu güçlendirmesi olarak değerlendirilebilir.

# 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

## 6.1. Sonuç

Bu araştırmada, spor taraftarlarının durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri ile taraftarlık özdeşleşme düzeyleri arasındaki ilişki ve bu değişkenlerin çeşitli demografik değişkenler bağlamında farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Çalışma kapsamında elde edilen sonuçlar, bazı demografik değişkenlerin söz konusu psikolojik durumlar ve tutumlar üzerinde etkili olabileceğini göstermektedir.

Araştırma sonuçları, cinsiyet değişkeni açısından spor taraftarlığı özdeşleşme düzeylerinde anlamlı farklılıklar olduğunu, ancak gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerinde böyle bir farklılık olmadığını ortaya koymuştur. Medeni durum, doğum yılı ve psikolojik rahatsızlık durumu gibi değişkenlerin çoğunlukla her iki ölçekte de anlamlı bir farklılığa sebep olmadığı tespit edilmiştir. Aynı zaman da, öğrenim durumu, yaşanılan bölge, sosyal medyada geçirilen süre, desteklenen takım, maç izleme yeri ve bireyin kendini "taraftar" ya da "fanatik taraftar" olarak tanımlama biçimi gibi değişkenlerin özellikle spor taraftarlığı özdeşleşmesi ve durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar oluşturduğu görülmüştür.

Ayrıca, durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyi ile taraftarlık özdeşleşmesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Bu durum, iki değişkenin birbirinden bağımsız biçimde farklı psikososyal etmenlerden etkilenebileceğine işaret etmektedir.

## 6.2. Öneriler

Araştırma sonuçları doğrultusunda aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

**Araştırmaya Yönelik Öneriler:**

Gelecek araştırmalarda, durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu ve taraftarlık özdeşleşmesi gibi psikososyal kavramların bireysel özellikler (kişilik tipleri, yaşam doyumu, sosyal kaygı vb.) ile ilişkileri daha kapsamlı biçimde ele alınabilir.

* Çalışma örneklemi genç bireylerden oluşmaktadır. Farklı yaş gruplarına (örneğin orta yaş, ileri yaş) yönelik benzer araştırmalar yapılarak yaşın etkisi daha net biçimde ortaya konulabilir.
* Taraftar, fanatik taraftar, pasif izleyici gibi kategorilerin detaylandırıldığı ve karşılaştırıldığı çalışmalar, taraftarlık özdeşleşmesinin çeşitlenmiş boyutlarını anlamak açısından faydalı olabilir.
* Araştırmalar, yalnızca futbol değil; basketbol, voleybol gibi farklı branşlardaki taraftarlar arasında da benzer karşılaştırmalar yaparak durumsal gelişmeleri kaçırma korkusu ve özdeşleşme düzeylerini değerlendire bilinir.

**Genel Öneriler:**

* Kulüpler, taraftar bağlılığını artırmaya yönelik stratejiler geliştirirken sosyal medya kullanım alışkanlıklarını dikkate almalıdır. Durumsal gelişmeleri kaçırma korkusunu tetikleyen içerikler, taraftar etkileşimini artırabilir.
* Özellikle genç bireylerin dijital medya okuryazarlığını geliştirecek, durumsal gelişmeleri kaçırma korkusunu azaltmaya yönelik bilinçlendirme çalışmaları yapılmalıdır.
* Tribün ile taraftarlık özdeşleşmesi arasında bulunan anlamlı ilişki göz önüne alındığında, kulüplerin tribün deneyimini artırmaya yönelik uygulamalara ağırlık vermesi faydalı olabilir.
* Taraftarlık ile özdeşleşmenin aşırıya kaçtığı durumlarda bireylerin ruh sağlığının etkilenebileceği göz önüne alınarak, gerektiğinde psikolojik danışmanlık ve destek hizmetlerine erişimin kolaylaştırılması sağlanmalıdır.
* Yaşanılan bölge değişkeninin etkili olduğu göz önüne alınarak, farklı bölgelere özgü sosyal ve kültürel yaklaşımlar geliştirilerek, spor politikaları bu bağlamda çeşitlendirile bilinir.

# KAYNAKLAR

Abel, J. P., Buff, C. L., ve Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business Economics Research*, *14*(1).

Açak, M., Düz, S., Karataş, Ö., Karademir, T., Kurak, K., Bayer, R. (2018). Türkiye futbol federasyonu 1. ligindeki taraftarlarının fanatiklik durumlarının incelenmesi. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, *20*(3), 8-23.

Akkoç, M., Üzüm, H. (2022). Kadınların taraftarlık düzeyi ve sporu seyretme güdüleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, *7*(2), 267-280.

Alkibay, S. (2005). Profesyonel spor kulüplerinin taraftar ilişkileri yoluyla marka değeri yaratmaları üzerine bir araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*

Alsarraf, A. S. N. (2020). *Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin fanatiklik düzeyinin araştırılması: Gazi Üniversitesi örneği.* Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Anabilim Dalı, Ankara.

Alt, D. (2015). College students’ academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior, 49*, 111–119.

Alt, D., Boniel-Nissim, M. (2018). Using multidimensional scaling and PLS-SEM to assess the relationships between personality traits, problematic internet use, and fear of missing out. *Behaviour ve Information Technology, 37*(12), 1264–1276.

Altın, Ş., Ediş, L., Tüfekçi, İ., ve Altın, B. (2020). Spor pazarlamasında lisanslı ürünlerin tercihinde, kulüp imajı, marka efangelizmi, takım sadakati ve takımla özdeşleşme değişkenlerinin etkisi, *İşletme Araştırmaları Dergisi,* 12(4), 3759- 3375.

Argan, M., Argan, M. T., İpek, G. (2018). I wish I were! Anatomy of a Fomsumer. *Journal of Internet Applications and Management, 9*(1), 43–57. https://doi.org/10.34231/iuyd.407055

Argan, M., Katirci, H. (2002). *Spor pazarlaması*. Anadolu Üniversitesi, Nobel Yayın Dağıtım.

Arıkan, A. N. (2000). *Farklı branşlardaki spor seyircilerinin sosyo-kültürel profili ve izleyicilik durumları üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış doktora tezi). Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı.

Arıkan, Y. (2007) Futbolda Şiddet ve Polis. *Polis Bilimleri Dergisi*, 9, 1-4.

Arslanoğlu, K. (2005*). Futbolun Psikiyatrisi*. İstanbul: İthaki Yayınları

Asur, S. ve Huberman, B. A. (2010). Predicting the future with social media. In *2010 IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology* (Vol. 1, pp. 492–499). IEEE.

Atabeyoğlu, C. (2002). *Türkiye’de futbolun tarihi: Futbol kulüpleri nasıl doğdu?*. İstanbul: Toplumsal Tarih.

Atalay, A. (2004). *Spor, medya ve serbest zaman*. İstanbul: Beta Basım Dağıtım.

Aydın, B., ve Hatipoğlu, D. (2008). Endüstriyel futbol çağında taraftarlık. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 3(26), 299-300.

Balcı, M. (2016). *Beden eğitimi öğretmenlerinin futbol taraftarlığı davranışlarının incelenmesi (Kahramanmaraş ili örneği)*, Yüksek lisans tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Kahramanmaraş

Bardakçı, U. S. ve Ulaş, M. (2024). Investigation of Fomo Levels of Young Athletes in Terms of Different Variables. *Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 12-23.

Barker, E. (2016). This is the best way to overcome fear of missing out. *Time Sciences*.

Baş, M. (2008). *Futbolda taraftar ve takım özdeşleşmesi.* Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Baş, M., ve Göral, S. (2018). Kültürün futbol taraftarlarının davranışına etkisi: İskoçya-Türkiye karşılaştırma örneği. *Third Sector Social Economic Review*, 53(2), 346-368.

Bayraktar, B. ve Kurtoğlu, M. (2009). Sporda performans, etkili faktörler, değerlendirilmesi ve artırılması. *Klinik Gelişim Dergisi*, 22(1), 16-24.

 Bennett, T. (1999). Popüler ve popüler kültür politikası. In Güngör (Ed.), *Popüler Kültür ve İktidar: Popüler Kültür Üzerine Kuramsal İncelemeler* (ss. 53-72).

Bozyiğit, E., Doğan, F. (2018). Examination of the psychological commitment to team of the students of Faculty of Sports Sciences. *Journal of Human Sciences*, 15(4), 2159-2167.

Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., Underwood, J. D. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FoMO. *Computers in Human Behavior, 66*, 248–255.

Büyükbaykal, G. N. (2004). *Geçmişten günümüze Türkiye'deki yazılı spor basınında futbolun yeri ve önemi*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Cambridge Dictionary. (2020). FoMO. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fomo>

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

Çeliksoy, M. A. (2022). *Türkiye’de basketbol, hentbol, voleybolda algılanan marka değeri, taraftar kimliği, tatmin, taraftar bağlılığı ve niyet arasındaki ilişkilerin incelenmesi*. Doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

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

Çetinkaya, A., Kırık, A. M., Gündüz, U. (2021). Fear of Missing Out and problematic social media use: A research among university students in Turkey. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi, 12*(47), 12–31.

Çeyiz, S., Alagül, Ö., Kara, İ. (2023). “Yerel yönetim çalışanlarının spor farkındalıkları ile spor etkinliklerine yönelimleri üzerine ilişkisel bir araştırma: İstanbul ili örneği”. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 21(2), 63-72.

Çinar, Ç.Y. (2017), *üniversite öğrencilerinde sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusunun düzeyi ve ilişkili etmenler.* Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Delaney, T. ve Madigan, A. T. (2009). *Sports: Why people love them*. America: University Press of America, 155-156.

Demirel, M., Karahan, B. G., Hüseyin, Ü. N. L. Ü. (2007). Farklı üniversitelerdeki spor taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 1*(2), 76-86.

Dever, A. (2010). *Spor sosyolojisi: Tarihsel ve güncel boyutlarıyla spor ve toplum*. İstanbul: Başlık Yayın Grubu.

Dikici, S.T. (2008). *Bir başka taraftarlık*. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.

Dinçer, A. (2020), Beşiktaş, İstanbul, Cumhuriyet Kitapları.

Doğan İ. (1999). “Türk Futbolunda Potansiyel İstanbul Ruhu ve Şiddet”. *Düşünen Siyaset Dergisi*.

Doğru, Y.B., Koç, F., Giray, C., ve Yön, B. (2021). Futbol takımı taraftarlığında özdeşleşme: Kocaelispor taraftarı örneği. *Turkish Journal of Marketing*, *6*(1), 1-20.

Donuk, B. (2005). *Spor Yöneticiliği ve İstihdam Alanları*. Ötüken Yayınevi.

Donuk, B., ve Şenduran, F. S. (2006). *Futbolun anatomisi*. Ötüken Neşriyat.

Durgutluoğlu, M. (2020). *Futbol taraftarlarının fanatiklik düzeyleri ile psikolojik bağlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi*, Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Ebcim, N. (2010). 100 *Soruda Beşiktaş*. İstanbul: İleri Yayınları.

Eker, G. Ö. (2010). Futbolun dayanılmaz Çekiciliği, Büyülenen Taraftar Portesi, Fanatizm ve Beşiktaş. *Milli Folklor Dergisi*, 22(85), 173–183.

Ekin, M., Doğan, Ü. (2024). *Spor medyasında etik ve siber zorbalık*. Konya: Çizgi Kitapevi.

Ekin, V. (2014). *Türkiye'de Spor ve Medya.* İstanbul: Köprü Kitapları.

Elhai, J. D., Yang, H., Rozgonjuk, D., ve Montag, C. (2020). Using machine learning to model problematic smartphone use severity: The significant role of fear of missing out. *Addictive Behaviors, 103*.

Ellison, N. B., Steinfield, C., Lampe, C. (2017). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication, 12*(4), 1143–1168.

Erdemli, H. A. (2008*). Spor Yapan İnsan*. İstanbul: E Yayınları.

Erdoğan, A., Yılmaz, Y., Hocaoğlu, Ç. (2021). Modern çağın yeni hastalığı: Gelişmeleri kaçırma korkusu “FoMO” nedir? Bir gözden geçirme. *Kıbrıs Türk Psikiyatri ve Psikoloji Dergisi, 3*(3), 217–222.

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

Erdoğan, N. (1993). *Yaşasın futbol: Galatasaray’ın Avrupa’yı fethi*. Birikim Yayınları.

Erdoğan, P., ve Şanlı, Y. (2019). Sağlık bilimleri fakültesi öğrencilerinde genel özyeterliliğin gelişmeleri kaçırma korkusu üzerine etkisi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 14*(20), 594–620.

Erdoğan, S. (2021). *Türkiye Süper Lig’in Avrupa’nın en büyük 5 futbol ligi ile karşılaştırmalı analizi*. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.

Erkal, E. M., Güven, Ö., Ayan, D. (1998). *Sosyolojik açıdan spor*. İstanbul: Der Yayınları.

Esen, S., Uslu, T. (2019). Türkiye’de 6-12 Yaş Futbolunun (Grassroots) Geliştirme ve Sürdürülmesine Yönelik Model Önerisi. Sağlık Ve Spor Bilimleri Dergisi, 2(3), 99-108.

Fenerbahçe Spor Kulübü. (2025). *Fenerbahçe tarihi*. <https://www.fenerbahce.org/kulup/tarihce>

Fisher, R. J. (1998). Group-derived consumption: The role of similarity and attractiveness in identification with a favorite sports team. *NA- Advances in Consumer Research*, 283.

Fuster, H., Chamarro, A., ve Oberst, U. (2017). Fear of Missing Out, online social networking and mobile phone addiction: A latent profile approach. *Aloma: Revista De Psicologia, Ciències De L'educació İ De L'esport Blanquerna*, 35(1), 22-30.

Galatasaray Spor Kulübü. (2025). *Tarihçe*. <https://www.galatasaray.org/>

Gençay, S., Karaküçük, S. (2004). Üniversite öğrencilerinin spor taraftarlığıyla ilgili davranışları üzerine bir araştırma. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, *11*(4), 11-22.

Gezgin, D. M., Hamutoğlu, N. B., Gemikonaklı, O. ve Raman, I. (2017). Social Networks Users: Fear of Missing Out in Preservice Teachers. *Journal of Education and Practice*, 8(17), 156-168.

Göksel, A. G., Kul, O. (2023). Futbol taraftarlarının takım özdeşleşme ve karşıt görüşe saygı düzeylerinin incelenmesi. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 8*(1), 1–16.

Göksel, A. G., ve Kul, O. (2023). Futbol taraftarlarının takım özdeşleşme ve karşıt görüşe saygı düzeylerinin incelenmesi. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 1-16.

Gülcan, C., ve Ergin, T. Ç. (2020). Tüketim Kültürü Bağlamında Bireyin Sosyal Kimlik İnşası Üzerine Bir Araştırma: Marka Toplulukları. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7(1), 30–48.

Güler, L., Demir, V. (1995). Spor ve medya ilişkisi ve Türkiye’de spor medyası. *Marmara İletişim Dergisi*, 9, 285–306.

Güler, T. (2024). *Gelişmeleri kaçırma korkusu ile işe adanmışlığın siber aylaklık ve işteki üretkenliğe etkileri üzerine bir araştırma*, Doktora tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Gülle, M. (2018). Sporda karşıt görüşe saygı ve öz denetim ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* (29), 262-279

 Güven, Ö. (1999). Futbol topu ile oynamanın bazı kültürlerdeki benzer görünümleri ve tarihsel gelişimine ait bilgiler. *Düşünen Siyaset Dergisi*.

Hatipoğlu, D., Berkay, A. M. (2007). *Bastır Ankaragücü: Kent, kimlik, endüstriyel futbol ve taraftarlık*. Epos Yayınları.

Hato, B. (2013). *Compulsive mobile phone checking behavior out of a fear of missing out: Development, psychometric properties and test-retest reliability of a C-FoMO scale*. Tilburg Üniversitesi, Hollanda. <http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=130541>

Hetz, P. R., Dawson, C. L., ve Cullen, T. A. (2015). Social media use and the fear of missing out (FoMO) while studying abroad. *Journal of Research on Technology in Education, 47*(4), 259–272.

Hiçyılmaz, E. (2019). Beşiktaş Bazıları Büyük Doğar, İstanbul: Ulak Yayınları.

Hodkinson, C. (2016). ‘Fear of Missing Out’(FOMO) marketing appeals: A conceptual model. *Journal of Marketing Communications*, 25(1), 65-88

Hogg, M. A.,Vaughan, G. M. (2018). *Social Psychology* (8th ed.). Harlow: Pearson.

İnal, A. N. (2004). *Futbolda Eğitim Öğretim*. Nobel Yayın Dağıtım.

Jones, I. (1997). The origin and maintenance of sports fan identification: A response to Wann. *Perceptual and Motor Skills*, 85, 257-258.

Kaçik, S. Acar, F. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (Gkk) Ve Yaşam Doyumu Düzeylerinin Demografik Değişkenler Açısından İcelenmesi. *Kayseri Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 74-90.

Kaplan, A. M., Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons, 53*(1), 59–68.

Karadağ, A., Berna, A. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik semptomlar arasındaki ilişki. *Bağımlılık Dergisi*.

Karatoprak, T. (2019*). Spor yapan futbol taraftarlarının takımlarıyla özdeşleşme düzeyleriyle spor organizasyonları tüketimi arasındaki ilişki (Ordu İli Örneği)* Yüksek Lisans Tezi. Ordu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ordu

Kartol, A., ve Peker, A. (2020). Ergenlerde sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) yordayıcılarının incelenmesi. *OPUS Toplum Araştırmaları Dergisi, 1*(1).

Kazançoğlu, İ., Baybars, M. (2016). Lisanslı Spor Ürünlerinin Algılanan Değer Bileşenlerinin Satın Alma Niyeti İle İlişkisi: Türkiye’nin En Büyük Üç Futbol Kulübünün İncelenmesi*. Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 17(1), 51–66.

Keskin, B., Durusoy, C. (2002). *Futbol teorisi: Taktikler, prensipler, sistemler, yeni sistem teorisi, problemler ve çözümleme*. Boyut Yayın Grubu.

Keskin, F., Dölarslan, Ş. E. (2020). Sponsor ürünleri satın alma niyeti oluşumunda yıldız sporcu marka imajı ve taraftar kimliğinin etkisi. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 3, 413-442.

Kim, J., Lee, Y., Kim, M. L. (2020). Investigating ‘fear of missing out’ (FOMO) as an extrinsic motive affecting sport event consumer’s behavioral intention and FOMO-driven consumption’s influence on intrinsic rewards, extrinsic rewards, and consumer satisfaction. *Plos one, 15*(7),

Kola, N. (1995). Delikanlı taraftar ayağa kalksın. *Aksiyon Dergisi*, 2, 24-29.

Koloğlu, O. (1994). Futbolsuz yaşayabilir miyiz? *Birikim Dergisi*, 60, 73.

Küçükefe, D. (2025). *Üniversite öğrencilerinin spora katılım durumlarına göre sosyal medyadaki sosyal kaygı ve gelişmeleri kaçırma korkusu*, Yüksek lisans tezi. Pamukkale Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Denizli.

Lee, Y., Na, S. (2023). Fear of Missing Out: An Antecedent of Online Fan Engagement of Sport Teams’ Social Media. *Communication ve Sport*.

Mahony, D. F., Madrigal, R., Howard, D. A. (2000). Using the psychological commitment to team (PCT) scale to segment sport consumers based on loyalty. *Sport Marketing Quarterly*, 9(1), 15-25.

McGinnis, P. (2017). 7 symptoms of FOMO you need to treat now. *Patrick McGinnis*.

Melton, G. (2013). 5 reasons social media is dangerous for me. *Huffington Post*.

Murathan, T., Batmaz, H. Ç., Devecioğlu, S. (2017). Türkiye Futbol Federasyonu başkanlarının görev sürelerine ilişkin bir değerlendirme. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 19(1), 68-79.

Oyman, M. (2021). Taraftarlarda Sosyal Kimliğin Sosyal Medya Davranışlarına ve Sosyal Medya Kullanım Motivasyonlarına Etkisi. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 15(1), 125–140.

Örgen B., Eskiler E. (2023). Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişki: Türk Futbol Taraftarları Örneği. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*. 17(3).

Örgen, B. (2022). *Gelişmeleri kaçırma korkusu ile davranışsal niyetler arasındaki ilişki: Türk futbol taraftarları örneği*, Yüksek lisans tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Sakarya.

Özcan, H., Umut, K. (2019). Dijitalleşmenin karanlık yüzü gelişmeleri kaçırma korkusu: Banka çalışanları örneklemi. *Business and Management Studies: An International Journal, 7*(5), 2851–2862.

Paksoy, E. (2014). *Futbol fanatizmi, taraftar kimliği: Beşiktaş Çarşı taraftarlarının taraftarlıkla ilgili davranışlarının incelenmesi.* Yüksek lisans tezi, Gaziantep Üniversitesi.

Polat, E. (2018). *Spor taraftarlığı özdeşleşmesi ve basketbol takım isim sponsorluğu arasındaki ilişki*. Yüksek lisans tezi. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Pratt, M. G. (1998). To be or not to be: Central questions in organizational identification. In D. A. Whetten ve P. C. Godfrey (Eds.), *Identity in organizations: Building theory through conversations* (pp. 171–207). Sage Publications.

Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., ve Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior, 29*(4), 1841–1848.

Reagle, J. (2015). Following the Joneses: FoMO and conspicuous sociality. *First Monday, 20*(10).

Reer, F., Tang, W. Y., ve Quandt, T. (2019). Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison and fear of missing out. *New Media & Society, 21*(7), 1486–1505.

Ruggiero, T. E. (2000). *Uses and gratifications theory in the 21st century*. *Mass Communication Society, 3*(1), 3–37.

Salam, M.S. (2015). *Futbol seyircilerinde taraftarlık özdeşim düzeyi ve sponsorluğun değerlendirilmesi*, Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Sancaktar, C. (2007). Türkiye’de modernleşme, siyaset ve futbolun doğuşu. *Bilgi ve Bellek*, 8, 158-175.

Sela, Y., Zach, M., Amichay Hamburger, Y., Mishali, M., ve Omer, H. (2020). Family environment and problematic internet use among adolescents: The mediating roles of depression and fear of missing out. *Computers in Human Behavior, 106*.

Stemmler, T. (2000). *Futbolun kısa tarihi* (N. Aça, Çev.). Dost Kitabevi.

Stratton, G. (2004). *Youth Soccer: From Science to Performance*. Psychology Press.

Şahan, H., Ulukan, M., ve Akpınar, Ö. (2008). Spor-medya ilişkilerinde iletişim teknolojilerinin rolü. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 2(2), 155–164.

Şahbaz, R., Çetinkaya F.Ö. (2020). Gelişmeleri kaçırma korkusunun kuşaklar üzerindeki tatil satın alma niyetlerine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4):152-167.

Şahin, H.M. (2003). *Sporda Şiddet ve Saldırganlık*. Ankara: Nobel Yayın

Şengül Gültekin, G. (2024). *Spor bilimleri öğrencilerinin spor etkinliklerine katılımlarında taraftarlık özdeşim düzeyinin yordayıcı etkisi*, Yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale.

Şentürk, Ü. (2007). Popüler Bir Kültür Örneği Olarak Futbol. *Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *31*(1).

Talimciler, A. (2003). *Türkiye'de futbol fanatizmi ve medya ilişkisi: Fanatik ve Fotomaç gazeteleri örneğinden hareketle Türkiye futbol medyası*. Bağlam Yayınları.

Talimciler, A. (2017). Futbol taraftarlığındaki erkeklik imgesi: Bucaspor, Göztepe ve Karşıyaka taraftarları üzerine bir inceleme. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(1), 27-57.

Tanhan, F., Özok, H. İ., Tayiz, V. (2022). Gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO): güncel bir derleme. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, *14*(1), 74-85.

Taşmektepligil, M.Y., Çankaya, S., ve Tunç, T. (2015). Futbol Taraftarı Fanatiklik Ölçeği. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi.* 41-49.

Tatar, C., Menteş, N., Kurt, M. E. (2022). Sağlık Çalışanlarında Bireysel Performans Ve Fomo (Fear Of Missing Out) İlişkisi. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(31), 351-373.

Tekayak, H. V. ve Akpınar, E. (2017). Tıp alanında yeni bir dönem: Dijital çağda doğan yeni hastalıklar. *Eurasian Journal of Family Medicine, 6*(3), 93–100.

Trabzonspor Kulübü. (2025). *Tarihçe*. <https://www.trabzonspor.org.tr/tr/kulup/tarihce>

Trail, G., Anderson, D., Fink, J. (2005). Consumer satisfaction and identity theory: A model of sport spectator conative loyalty. *Sports Marketing Quarterly*, 14(2), 98-111.

Uğurlu Akbaş, Ö., Çalışkan, S. (2020). Öykü Anlatıcılığı ve Futbol: ‘Dört Büyükler’in İnternet Sitelerinde Aktarılan Öyküler Üzerine Bir İnceleme. *OPUS International Journal of Society Researches,* 15(22), 1200-1233.

Ulukan, M. (2006). *Futbolcuların kulübe bağlılıklarında antrenörlerin liderlik özelliklerinin rolü*. Doktora tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Urartu, Ü. (1994). *Futbol-tekni̇k taktik kondisyon*. İnkılap Kitapevi

Uzun, V., Gözükara, E. ve Bilgin, M. (2019), Bazı Sosyal Medya Değişkenleri Açısından Ergen ve Genç Yetişkinlerin Fomo Düzeylerinin İncelenmesi. *International Journal of Arts Social Studies*. 2(2), 43- 59.

Vitelli, R. (2016). The fear of missing out: How social media is changing our lives. *Psychology Today*.

Wann, D. L., Branscombe, N. R. (1990). Die-hard and fair-weather fans: Effects of identification on BIRGing and CORFing tendencies. *Journal of Sport & Social Issues, 14*(2), 103–117.

Wann, D. L., Schrader, M. P. (2000). Towards an understanding of the link between team identification and psychological well‑being. *Journal of Sport Behavior, 23*(2), 135–149.

Yaman, U. (2024). *Bireylerde sosyal medya bağımlılığı, FOMO ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Sakarya.

Yetim, A., Çimen, Z., Yenel, İ.F., Doğan, K.P. (Eds.). (2019). *Yönetim ve spor*,Ankara: Gazi Kitabevi.

Yıkılmaz, A., (2017). *Süper lig futbol takım taraftarlarının takımlarına yönelik psikolojik bağlılık düzeyleri ile fanatizm düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Doktora Tezi, Kırıkkale Üniversitesi Sağlık Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.

Yıldız, İ., Yürekli, E. (2024). Dijital Yaşamda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO) ve Sosyal Medya: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, *27*(2), 709-725.

Zelyurt, M. K. (2019). Futbol taraftarlığı, özdeşleşme ve kimlik: Taraftarlıktan fanatizme. *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi, 6*(1), 85-105.

# EKLER

### **Ek 1.** Google anket formunun ilk sayfası.

****

**Ek 2.** Ölçek izin mailleri.

**Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği**



**Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği**



**Ek 3.** Demografik bilgiler.

|  |
| --- |
| **KİŞİSEL BİLGİLER** |
| **1- Doğum Tarihi** | **2-Medeni Durum**  | **3- Cinsiyet** | **4-Öğrenim Durumu**  |
| **5- Yaşanılan Şehir** | **6- Psikolojik Rahatsızlık** | **7- Hangi Sosyal Medya Araçlarını Kullanıyorsunuz?** | **8- Sosyal Medyada ne kadar süre geçiriyorsunuz?** |
| **9- Hangi Takımı Desteklemektesiniz** | **10- Kendinizi nasıl tanımlarsınız** | **11- Taraftarı olduğunuz takımın maçlarını genelde nerede izlersiniz** |  |

### **Ek 4.** Ölçeğin ölçek soruları.

Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği- Durum

Yönerge

Lütfen aşağıdaki örnek olayı okuduktan sonra soruları olay kapsamında düşünerek cevaplayınız. İfadeleri okurken sonra kendinizi değerlendirip sizin için en uygun seçeneği işaretleyiniz. 1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kısmen katılmıyorum, 4=Kararsızım, 5=Kısmen katılıyorum, 6=Katılıyorum, 7=Kesinlikle Katılıyorum anlamına gelmektedir.

Örnek Olay

Taraftarı olduğunuz takımın sezon sonu şampiyonluk maçı olduğunu düşünün. Arkadaş grubunuzdaki beş kişi ve siz maça bilet almışsınız fakat son anda acil bir işiniz olduğu için stadyuma oldukça uzak mesafede bir yere gitmeniz gerekti. Maça yetişmek için tekrar yola çıktığınızda trafik çoktan sıkıştı ve yetişmeniz imkânsız hale geldi. Önemli işiniz yüzünden hem maça yetişemediniz hem arkadaşlarınızla olan planlarınızı gerçekleştiremediniz. Gün sonunda şampiyon olan takımınızın kutlama eğlencelerini ve maç görüntülerini sosyal medyadan takip ederkenki hislerinizi düşünün.



Spor Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği

Yönerge

Lütfen aşağıdaki soruları kendiniz için değerlendirip size en uygun gelen seçeneği işaretleyiniz. Cevaplar kademeli olarak olumsuzdan olumluya doğru rakam arttıkça artmaktadır. Lütfen sadece size en çok uyan rakamı işaretleyiniz.



### **Ek 5.** Etik kurul onayı.



**T.C.**

**AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**

**SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

# BİLİMSEL ETİK BEYANI

“Dört Büyükler Futbol Takımı Taraftarlarının Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Taraftarlık Özdeşleşme Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” başlıklı Yüksek Lisans tezimdeki bütün bilgileri etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada, bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yaptığımı bildiririm. İfade ettiklerimin aksi ortaya çıktığında ise her türlü yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ederim.

Tuana TAŞAR

30/ 06 / 2025

# ÖZ GEÇMİŞ

|  |  |
| --- | --- |
| **Soyadı, Adı** | : Taşar Tuana  |
| **Uyruk** | : T.C. |
| **Doğum yeri ve tarihi** | : Tokat /Erbaa 26.07.2000 |
|  |  |
| **E-posta** | : tuanatasar@gmail.com |
| **Yabancı dil** | : İngilizce  |

**EĞİTİM**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Derece** | **Kurum** | **Mezuniyet tarihi** |
| Y. Lisans | Aydın Adnan Menderes Üniversitesi | Devam ediyor |
| Lisans | Eskişehir Teknik Üniversitesi | ...06.2022 |

**İŞ DENEYİMİ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Yıl** | **Yer/Kurum** |  **Ünvan** |
| 2023- |  Aydın- İncirliova Gençlik Spor İlçe Müdürlüğü  |  Eys- Eğitici Antrenör |
|  |  |  |
|  |  |  |