



## SPORDA FANATİZME NEDEN OLAN GÜDÜLER VE CİNSİYET

\* Dr. H.C. İKİZLER, \*\* Dr. Ali TEKİN

\*Beykent Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, İstanbul

\*\* Muğla Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Rekreasyon Bölümü, Muğla

### ÖZET

*Bu makalede, spor fanatizmi üzerine olan literatür gözden geçirilerek bireylerin spor fanatiği olmalarına sebep olan güdüler, spor fanatizminde bayan ve erkeklerin spor fanatikliği anlayışındaki benzerlikler ve farklılıkların ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bayan ve erkeklerin spor fanatizmini farklı algıladıkları konusunda birkaç çelişen bulguya rastlanmış olsa da, bu araştırmanın sonuçlarına göre, spor fanatiği davranışları üzerine olan literatür spor fanatizmine sebep olan sekiz yaygın güdünün olduğunu belirtmektedir: eustres (olumlu stres), özsaygı, kaçış, maddi sebepler, eğlence, estetik, grup ortamı ve aile.*

*Anahtar Kelimeler: spor, fanatik, fanatizm, güdü.*

### ABSTRACT

*In this article, finding out the motives of people's becoming a sport fan, and similarities and differences between male and females' understanding of sport fanship were aimed by reviewing of the literature on sport fanaticism. Although some researches' results showed that there is a conflict between males and females' perceptions of fanaticism, as a result of this research, the literature on sport fan behaviours states that there are eight common motives : eustress, self-esteem, escape, entertainment, economic reasons, aesthetic, group affiliation, and family.*

*Key words: sport, fanatic, fanaticism, motive, gender.*

### GİRİŞ

Toplumsal kurum ilişkilerinin meydana getirdikleri çevre, toplumsal çevre, yani sosyal çevredir (Kongar,1985). İnsan fiziksel çevresiyle etkileşimde bulunduğu gibi, birlikte yaşadığı insanlarla da etkileşim altındadır. Bu etkileşimde sosyal çevre unsurları devreye girer. “İnsan, yapmayı planladığı eylemleri gerçekleştirmek için mekânlar yaratırken, içinde yaşadığı toplumdan almış olduğu özellikleri, bilinçli veya bilinçsiz olarak kullanmaktadır”(Aksu,1987).

Sosyal çevre, sosyal yapının sınırını tayin eden gerçek bir alandır. Sosyal çevre, bir sosyal yapıyı diğer sosyal yapılardan ayırır. Her sosyal yapının kendisine ait bir sosyal çevresi vardır. Sosyal yapılar kendi sosyal çevrelerinin sınırlarıyla birbirlerinden ayrılmış olurlar (Nirun,1991).

Kişiyi bir harekette bulunmaya veya birçok hareket alternatifinden birini tercih etmeye iten ve nispeten süreklilik gösteren faktörlere güdü, bir güdünün etkisiyle ve mevcut koşullara bağlı olarak bir davranışa, etkinliğe yol açan ve bu etkinliği sürdüren sürecin adına ise güdülenme (motivasyon, isteklendirme) denir. İnsanların yaşamını, uzak veya yakın hedeflere bağlı olarak değişik şiddetlerdeki fizyolojik ve sosyal güdüler yönetmektedir. Günlük yaşantımızda, güdülerin içeriklerine ve şiddetlerine bağlı olarak davranışlarımız oluşmakta veya sürekli değişmektedir. Bazen evimizin içindeyken, başka bir odaya bile gitmeye üşenirken, yağmur-çamur, soğuk-sıcak demeden her türlü olumsuzluğa rağmen, spor alanlarında antrenman için koşan insanların olduğu düşünülürse, bunun sebebi sadece güdülenmenin gücü ve şiddetiyle açıklanabilmektedir (İkizler,1997).

Eğilim sözlük anlamıyla yönelmek, bir yere, bir şeye, bir kimseye yönelmek, bir şeye (soyut) yönelmek, bir etkinliğe yönelmek, onu amaç olarak seçmek, benimsemek, onunla ilgilenmek, kendini ona adamaktır. İnsanların doğumundan ölümüne kadar, hareket eden, devinen, bir şeyler yapmaya yönelten, tüm canlıları pasif durumdan, aktif duruma geçiren güçler ve insanların etkinliklerindeki tercih şeklini belirleyen faktörler nelerdir, sorularına verdiğimiz cevap güdülenme yani motivasyondur. Basit bir ifadeyle açıklamak gerekirse, susayan bir canlının yiyeceğe değil de suya doğru yönelmesi, tam tersi acıkan bir canlının da suya değil de yiyeceğe doğru yönelmesi tamamen güdülenmeyle ilgilidir. Çünkü canlı organizma, her biri kendilerini harekete geçiren güdülerin şiddetine göre az veya çok faal haldedir ve sırasında bu noksanlarını tamamlama yolunda her şeyi bazen ölümü bile göze almaya razıdır (Büyük Larousse,1986).

Spor, günümüz dünyasının en önemli ve en eski toplumsal kurumlarından biridir. İnsan yapısı kurumlar içinde dünya barışıyla kendisini en çok özdeşleştirmiş olanıdır (Fişek,1983). Spor toplum yaşamına çok değişik yollardan girmiştir. Bireylerin her zaman ilgisini çekmeyi başarmış, öyle veya böyle insanları etkisi altına almış toplumsal bir olgudur. Toplumdaki her bireyin değişik beklentilerine, beklentileri oranında cevap vererek, toplumsal yaşamda belirli bazı görevler üstlenmiştir. “Kitleleri kendisine bağlayan, onlar için vazgeçilmez zevkler, ihtiyaçlar doyuran bu olgu, artık toplumsal bir kurum olduğunu kabul ettirecek bir noktaya gelmiştir (Demirbolat,1988).

Macmillan Dictionary Sözlüğü (1986), fanatik’i (kısaltılmışı fan) “herhangi bir performansla duyulan hayranlık, aşırı bağlılık olarak tanımlamaktadır”. Dolayısıyla spor fan

veya fanatik'i kavramı herhangi bir spor performansını ortaya koyan kişi, takım, branş veya organizasyona duyulan hayranlık ve sevgi olarak tanımlanabilir.

Webster's Dictionary (1976) ise bir spor olayında, genellikle katılımcıdan daha çok seyirci olarak yer alan, coşkuyla bağlı olan, yoğun ve kesin bağlılık gösterenleri spor fanatiği olarak tanımlanmaktadır

Bu araştırmanın amacı spor fanatiklerinin neden spora yönlendiklerini, hangi güdülerin bu yönelimde etkili olduğunu, konuyla ilgili önceki araştırmaları gözden geçirerek ortaya çıkarmaktır. Araştırma konuyla ilgili başvuru kaynaklarının az olması nedeniyle önemlidir.

## **YÖNTEM**

Bu çalışma ikincil araştırma tarzında yapılmıştır. Gerekli bulgulara ulaşabilmek için öncelikle uluslararası hakemli dergilerde yer alan konu ile ilgili makaleler ve araştırma raporları gözden geçirilmiştir. Bunun yanı sıra, Ebscohost, proquest, science direct, emerald ve sport discuss veri tabanlarında tarama yapılmıştır.

## **BULGULAR**

New York Times tarafından Amerika Birleşik Devletlerinde yapılan bir ankete katılanların %71'i kendilerini spor fanatiği olarak kabul etmişlerdir. Bu kadar çok sayıda spor fanatiği olmasına rağmen, araştırmacılar ilginçtir ki, onlar hakkında çok az bilgiye sahiptir (Russell,1993). Amerika'da 1987-1991 yılları arasında yayınlanan spor sosyolojisi ve spor psikolojisi dergilerinde makalelerin sadece % 4'ü spor fanatikleri ile ilgilidir (Warm ve Hamlet,1995).

Bununla beraber, 1970'li yıllardan bu yana spor fanatikleri ve seyircilerin güdülenmelerini tanımlamaya çalışan araştırmalara rastlanmaktadır. Bu araştırmalarda ele alınan güdüler: eğlence, olumlu stress (eustress), estetik, ekonomi, grup ilişkisi, aile, kaçma ve özsaygıdır (Wann, 1995, 1997)

Spor fanatiklerinin davranış özellikleri, fanatik olma sebepleri, fanatikler arasındaki cinsiyet farklılıkları ve fanatikliğe yansımaları araştırılması gereken önemli konulardır. Spor fanatiklerinin fanatizmi nasıl algıladıkları ve spor olayına bakış açılarını araştıran çalışmalar, fanatiklerin sporu tıpkı bir takımı desteklemek olarak algılama eğiliminde

olduklarını göstermektedir (Hastorf ve Cantril, 1954; Lalonde, 1992; Lalonde, Moghaddam, ve Taylor, 1987; Mann, 1974; Peterson, 1980; Watkins, 1987).

Birey bir takıma mı yoksa spora mı bağlanmaktadır? Bu konudaki araştırma bulguları, takım fanatiklerinin sadece destekledikleri takımların sezon içi bilgilerinden haberdar olduklarını, müsabakaları devamlı seyirci olarak izlediklerini ve takımlarının başarısını umduklarını belirtmektedir (Murrell ve Dietz, 1992; Wann ve Dolan 1994). Sezon sonunda ise bunları sürdürme eğiliminde olmadıklarını (Dietz-Uhler ve Murrell, 1999; Wann, 1996; Wann ve Schrader, 1996), takım oyuncularını ve tarihi hakkında geniş bir bilgiye sahip olduklarını göstermektedir (Warm ve Branscombe, 1995).

Bazı fanatikler stresle güdülenirler (Branscombe ve Wann, 1994; Gantz ve Wenner, 1995; Prisuta, 1979; Sloan, 1989; Wenner ve Gantz, 1989). Eustress, bireyi harekete geçiren ve enerji veren olumlu bir stres şeklidir. Olumlu stresle güdülenen bireyler, genelde, spor izleyiciliği sırasında ortaya çıkan heyecan ve kaygı ile mutlu olurlar.

Bir diğer grubu ise özsaygılarını arttırma arzusu ile güdülenenler oluşturur. Özsaygı bireyin iyi ve kötü yanlarını göz önünde bulundurduktan sonra benliğine karşı geliştirdiği olumlu tutumu anlatmaktadır. Özsaygı; başarı, beğenilme, aidiyet duyguları ile artarken; başarısızlık, kabul görmeme, beğenilmeme durumlarında azalan bir kavramdır yani sürekliliği olmayabilir (Tekin,1997).

İnsanların bir spor organizasyonuna aşırı ilgi duyması, bir takımın fanatiği olması, bilet için para ödemeleri, o takımın posterlerini biriktirmeleri, bayraklarını almaları hatta takımın sorumlusu imiş gibi kadroyu yapmalarının nedenleri, Sosyal Kimlik Teorisi (SKT) spora uygulandığında daha kolay açıklanabilen davranışlardır. SKT, insanların bir takımla kendilerine kimlik bulduklarını, özsaygılarını devam ettirmek ve yükseltmek için bu davranışları sergilemeye güdülendiklerini, özsaygısı yüksek olan bireylerin kendilerini daha kaydadeğer, yeterli, etkileyici ve hoşlanılan olarak algıladıklarını belirtmektedir. Bu özellikler, sosyal dünyayla kurulacak olumlu ilişkilerin temelini oluşturur (Tesser,1995).

Özsaygı ve bireyin hayatına yansıttığı olumlu etkiler olmazsa, birey yalnız hisseder ve kendini toplumdan soyutlar. Bu izolasyon (kendini diğer bireylerden soyutlama), derin bir anksiyete (kaygı) yaratır. Spor ilgi ve katılım yoluyla bireyin özsaygısını attırır. Takımın renklerini taşıyan formalar giyerek, her karşılaşmayı izleyerek, tüm sporcuların isimlerini, mevkilerini ve özel hayatlarını bilerek, oyunu kendi oynuyormuş gibi kendisini o takımın

bir parçası olarak görmeye başlar. Dolayısıyla takım iyi olduğunda, onun başarılarına bağlı olarak yüksek özsaygı hisseder. Spor fanatıklığı birçok kişiye olumlu bir benlik kavramı yaratma ve muhafaza etmede yardımcı olur. Bir fanatik takımı kazandığı zaman başarı ve memnuniyet duygularını hisseder (Branscombe ve Wann, 1991, 1994; Gantz, 1981; Sloan, 1989). Fanatıklığın insanlara faydalarını inceleyen ve özellikle özsaygı üzerine yoğunlaşan araştırmalar, spor fanatiklerinin ilgi görmek için başarılı takımlara olan bağlılıklarını sık sık ifade ederken (Cialdini, Borden, Thorne, Walker, Freeman, ve Sloan, 1976), başarısız takımlara olan bağlılıklarını özsaygılarını korumak amacıyla ya azalttıklarını ya da sona erdirdiklerini ortaya koymaktadır (Cialdini ve Richardson, 1980). Bireyin kendini takımına adanması yoluyla değer bulduğu ve saygı gördüğü gruba ve takımıyla kurduğu bu ilişki, bir sosyal kimlik geliştirmesine yol açar. Beğenilmek ve aynı düşüncedeki kişiler tarafından saygı görmek bireyin o gruba bağlılığını daha da arttıracak, birey kimliğine karşı daha olumlu yaklaşacak ve özsaygısı artmaya devam edecektir.

Kaçış bir savunma mekanizmasıdır ve spor fanatikleri için bir diğer bir güdülenme nedenidir. Yaşamlarından tatmin olmayan veya sıkılmış olan bireyler, spor yoluyla bu sıkıntılarını unutmaya deneyebilirler (Lever ve Wheeler, 1984; McPherson, 1975; eMeier, 1979; Sloan, 1989; Smith, 1988).

Spor fanatıklığını, televizyon veya film seyretmek, müzik dinlemek vb. gibi zaman geçirme aracı olarak algılayanların oluşturduğu fanatik grubu, eğlence güdüsünden etkilenenlerdir (Gantz, 1981 Gantz ve Wenner, 1995; Sloan, 1989 Zillmann, Bryant, ve Sapolsky, 1989).

Spor fanatizmine, sporun içinde var olan kumar (spor-toto, spor-loto, altılı ganyan vb.) olanaklarından yararlanmak için katılarak maddi sebeplerden dolayı güdülenen bir grupta vardır (Chorbajian, 1978; Frey, 1992; Gantz ve Wenner, 1995; Guttmann, 1986; Layden, 1995; McPherson, 1975).

Bir diğer güdü, spor performansının estetik yönünü içerir. Bazı fanatikler spor performanslarında olan güzellik ve memnuniyetten etkilenirler. Onlar için sporun özünde görsel olarak var olan estetik duygusunun yaşanılması ve bundan duyulan haz yeterlidir (Duncan, 1990; Guttmann, 1986; Sloan, 1989).

Grup ilişkisi güdüsü, bir fanatiğin diğer insanlarla olma arzusunu yansıtır. Bu güdü kişinin ait olma (aidiyet) gereksinimi ile ilgilidir. Bir takımın fanatiği olarak, aynı takımın

diğer fanatikleri ile aynı yaşantıları paylaşırlar (Branscombe ve Wann, 1991; Gantz ve Wenner, 1995; Guttman, 1986; Melnick, 1993; Sloan, 1989; Smith, 1988; Stein, 1977).

Benzer bir güdü de bir fanatiğin ailesi ile zaman geçirme arzusudur. Ailesinin spor fanatiği olması, ailesi ile birlikte hareket etme arzusu duyan bireyin de spor fanatiği olmasına neden olur(Gantz, 1981; Gantz ve Wenner, 1995; Guttman, 1986; Wenner ve Gantz, 1989).

Bayan ve erkek spor fanatikleri arasındaki benzerlik ve farklılıkları inceleyen araştırmalar da oldukça sınırlıdır (Gantz, 1981; Gantz ve Wenner, 1991; Gantz ve Wenner, 1995). Araştırmalar spor fanatiklerinin ağırlıklı olarak erkek olduklarını ortaya koysa da (Harrick, Jacquemotte, ve Dietz-Uhler, 1997; Gantz ve Wenner, 1995), son yıllarda yapılan araştırmalar bayanlarında erkekler kadar spor organizasyonlarına ilgi gösterdiğini belirtmektedir (USA Today,1997). Bayan fanatik bazında artışa bir diğer örnek, 1996 Olimpiyatlarına diğer olimpiyatlara göre bayanların göstermiş olduğu ilgidir (Newsweek.1996).

Bayan ve erkeklerin televizyon spor programlarını izleme oranları üzerine birkaç araştırma vardır (Gantz, 1981; Gantz ve Wenner, 1991; Gantz ve Wenner, 1995). Erkeklerin spor programlarını seyretmek için daha fazla zaman harcadıkları, spor hakkında daha fazla bilgiye ve farklı güdülenmelere sahip oldukları belirtilmiştir (Gantz ve Wenner,1991). Benzer şekilde Gantz (1981), televizyondaki spor programının izlenmesi, programı izlerken hissedilenler ve izleme sırasındaki davranışlar açısından cinsiyetlere göre farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur.

Bayan ve erkek sporcuların medyada haber olarak yer alma oranları ve biçimlerini inceleyen araştırmalar spor ve spor fanatıklığı hakkında bir bakış açısı ortaya koydukları için, üzerinde durulmaları gerekir. Bu araştırmalar bayan sporcuların medyanın tümünde yer almalarının altında başka amaçların ön plana çıktığını belirtmektedir. Duncan ve Hasbrook (1988) ve Duncan, Messner, ve Williams (1991), bayan spor olaylarının haber kapsamında erkeklere oranla daha az yer bulduğuna, spor dergilerini baz alan çalışmalarda (Boutilier ve San Giovanni, 1983; Bryant, 1980; Kane, 1988; Lumpkin ve Williams, 1991; Rintala ve Birrell, 1984), bayan sporcuların sporculuklarının dışına çıkartılarak başka izlenimler yaratılmaya çalışıldığına işaret etmektedirler.

Yine aynı konu ile ilgili araştırmalar bayan sporcuların medyada haber oldukları zaman sporcu özelliklerinden daha çok cinselliklerinin ön plana çıkarıldığını pasifleştirdiklerini, magazinlerde bayan sporcuların dişiliklerinin vurgulandığını bunun yanında erkek sporcuların atletik ve güçlü olarak vurgulandıklarını ileri sürmektedir. (Duncan, Messner, ve Williams 1990, (Boutilier ve San Giovanni, 1983; Duncan, 1990). Böylece spor medyasının, bayanların spordaki başarılarından daha çok cinselliklerini yansıtan tutumu (Kane ve Greendorfer, 1994, Bryson, 1990; Dunning, 1986; Messner, 1988; Whitson, 1994; Willis, 1982), sporda erkek hakimiyetini korumak istercesine hizmet verirken sporun bayanlar arasında güncelliğini korumasını ve bayanların spora bakış açılarını ise olumsuz bir şekilde etkilemektedir (Willis,1982).

Tüm bu bulguların ışığı altında bayan sporcuların spora katılımının göz ardı edilmesi ve önemsenmemesi, erkek orijinli olan sporlara katılımlarını azaltabilir. Bayan sporcuların spora katılım oranının düşmesi, spora sadece hemcinslerinin başarıları sonucunda ilgi duymaya başlayan, spor hakkında okuyan, bilgilenmeye çalışan, sporu tartışan, desteklediği sporcu veya takımla özdeşleşerek pasif olarak da olsa mücadele eden, kazanan ve kaybeden bayanların, spora fanatik olarak katılım güdülerini ortadan kaldırarak, katılım oranının düşmesine sebebiyet verebilir.

Sosyal Kimlik Teorisi (SKT)'ne göre bireyler özsaygılarının çoğunu sosyal kategorilere ve üye oldukları sosyal gruplara göre elde ederler ve kim oldukları duygusunu kazanırlar. Yani bireylerin kimlikleri onlar için çok önemlidir. Dahası, eğer bu kimlikler herhangi bir şekilde tehdit edilirse, yani grubun statüsü düşerse, grup üyeleri ait oldukları gruba olan olumlu hislerini koruyan bir tutum içine girerler. Spor geleneksel olarak erkeklerin tekelinde olduğu için bayanların seyirci olarak bile bu organizasyonların içinde katılımları “gerçek spor fanatiği” olan erkekleri korkutmaktadır. Dolayısıyla erkekler bu “tehdit” karşısında en iyi yolun bayanları sporun dışına itmek olduğu fikrine kapılabilirler (Tajfel ve Turner, 1986).

Bu konuyla ilgili en son araştırmalardan birinde Wann, Schrader ve Wilson(2000), bayan ve erkeklerin spora fanatik olarak katılımlarının arkasında farklı nedenler yattığını belirtmektedir. Bayanların spor fanatikliği deyince iş, aile ve arkadaş ortamında spor hakkında konuşmak, tartışmak ve bir takımdan hoşlanmak akla gelirken, erkekler spora

devamlılığı, yabancı sahalara gitmeyi, antrenmanları izlemeyi, gerekirse holiganizmi dahi algılamaktadırlar.

## SONUÇ

Bireylerin spora eğilimini, aktif yada pasif katılımcı olarak belirleyen güdüler, yapılan literatür taramasına göre: olumlu stres, özsaygı, kaçış, ekonomi, eğlence, estetik, grup ortamı ve ailedir. Bu güdülerin çeşitliliği ve neden farklı güdülerin farklı bireyleri spora katılıma yönelttiği ise ayrı bir araştırma konusudur. Bireylerin spora yönelimini etkileyen farklı güdüler olduğuna göre, farklı birey gruplarının farklı etkileşimler gösterdiği, farklı güdülerden etkilendiği açıktır. Dolayısıyla bireylerin ait oldukları sosyal sınıf özelliklerinin de araştırma kapsamına alınması daha iyi sonuçlar verebilir.

## KAYNAKLAR

- 1- Aksu,A.(1987). 1950-1975 Dönemi Sosyal yapı Değişiminin Konut Tasarımına Etkisi. Ankara Kavaklıdere Örneği,Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.10-11, Ankara.
- 2- Beth Dietz-Uhler; Elizabeth A. Harrick; Christian End and Lindy Jacquemotte(2000) Journal of Sport Behavior, Sep, Vol. 23 Issue 3, p219, 14p.
- 3- Boutilier, M. A. & SanGiovanni, L. (1983). The sporting woman. Champaign, IL: Human Kinetics.
- 4- Branscombe, N. R., & Wann, D. L. (1991). The positive and self concept consequences of sports team identification. Journal of Sport & Social Issues, 15, 115-127.
- 5- Bryant, J. (1980). A two-year selective investigation of the female athlete in sport as reported in the paper media. Arena Review, 4, 32-44.
- 6- Bryson, L. (1990). Challenge to male hegemony in sport. In M. A. Messner & D. F. Sabo (Eds.), Sport, men, and the gender order (pp. 173-184). Champaign, IL: Human Kinetics.
- 7- Büyük Larousse (1986). Cilt 20, İstanbul.
- 8- Cialdini, R. B., Borden, R. J., Thorne, A., Walker, M. R., Freeman, S., & Sloan, L. R. (1976). Basking in reflected glory: three (football) studies. Journal of Personality antisocial Psychology, 34, 366-375.
- 9- Cialdini, R. B. & Richardson, K. D. (1980). Two indirect tactics of image management: Basking and blasting. Journal of Personality and Social Psychology, 39, 406-415.
- 10- Chorbajian, L. (1978). The social psychology of American males and spectator sports. International Journal of Sport Psychology 9, 165-175.
- 11- Demirbolat,A.(1988).Toplum ve spor. Kadioğlu Matbaası,s.76-79,129,Ankara.
- 12- Dietz-Uhler, B. & Murrell, A. (1999). Examining fan reactions to game outcomes: A longitudinal study of social identity. *Journal of Sport Behavior*, 22, 15-27.
- 13- Duncan, M. C. (1990). Sports photographs and sexual difference: Images of women and men in the 1984 and 1988 Olympic Games. *Sociology of Sport Journal*, 7, 22-43.
- 14- Duncan, M.C. & Hasbrook, C.A. (1988). Denial of power in televised women's sports. *Sociology of Sport Journal*, 5, 1-21.
- 15- Duncan, M. C., Messner, M., & Williams, L. (1990). *Gender stereotyping in televised sports. Los Angeles: Amateur Athletic Foundation of Los Angeles.*



- 16- Dunning, E. (1986). Sport as a male preserve: Notes on the social sources of masculine identity and its transformations. *Theory, Culture and Society*, 3, 79-90.
- 17- End, C. M., Harrick, E. A., Jacquemotte, L., & Dietz-Uhler, B. (1997). *Gender bias: Perceptions of differences in sport fan behavior*. Unpublished manuscript. Miami University.
- 18- Fişek, K. (1983). *100 soruda Türkiye Spor Tarihi*. Gerçek Yayınevi. s.5-8. İstanbul.
- 19- Gantz, W. (1981). An exploration of viewing motives and behaviors associated with television sports. *Journal of Broadcasting*, 25, 263-275.
- 20- Gantz, W. & Wenner, L. A. (1991). Men, women, and sports: Audience experiences and effects. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 35, 233-243.
- 21- Gantz, W. & Wenner, L. A. (1995). Fanship and television sports viewing experience. *Sociology of Sport Journal*, 12, 56-74.
- 22- Hastorf, A. H. & Cantril, H. (1954). They saw a game. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 49, 129-134.
- 23- Hofacre, S. (1994). The women's audience in professional indoor soccer. *Sport Marketing Quarterly*, 3, 25-27.
- 24- Frey, J. H. (1992). Gambling on sport: Policy issues. *Journal of Gambling Studies*, 8, 351-360.
- 25- Guttman, A. (1986). *Sports spectators*. New York: Columbia University Press.
- 26- İkizler, H.C., Karagözoğlu, C. (1996). *Sporda Başarının Psikolojisi*. Alfa Basım Yayım Dağıtım, s.41,42,82,84,85, İstanbul.
- 27- Kane, M. J. (1988). Media coverage of the female athlete before, during, and after Title IX: Sports Illustrated revisited. *Journal of Sport Management*, 2, 87-99.
- 28- Kane, M. J. & Greendorfer, S. L. (1994). *The media's role in accommodating and resisting stereotypes images of women in sport*. In P. J. Greedon (Ed.), *Women, media, and sport* (pp. 28-44). Thousand Oaks, CA: Sage.
- 29- Lalonde, R. N. (1992). The dynamics of group differentiation in the face of defeat. *Personality and Social Psychology Quarterly*, 18, 336-342.
- 30- Lalonde, R. N., Moghaddam, F. M., & Taylor, D. M. (1987). The process of group differentiation in a dynamic intergroup setting. *Journal of Social Psychology*, 127, 273-287.
- 31- Layden, T. (1995, April 3). Bettor education. *Sports Illustrated*, pp. 68-74, 76-78, 80, 82-86, 90.
- 32- LeUnes, A. D., & Nation, J. R. (1989). *Sport psychology: An introduction*. Chicago: Nelson-Hall.
- 33- Lever, J., & Wheeler, S. (1984). The Chicago Tribune sports page, 1900-1975. *Sociology of Sport Journal*, 1, 299-313.
- 34- Lumpkin, A. & Williams, L. D. (1991). An analysis of Sports Illustrated feature articles, 1954-1987. *Sociology of Sport Journal*, 8, 1-15.
- 35- Macmillan Dictionary (1986). ABC Yayınevi. İstanbul.
- 36- Mann, L. (1974). On being a sore loser: How fans react to their team's failure. *Australian Journal of Psychology*, 26, 37-47.
- 37- McPherson, B. (1975). *Sport consumption and the economics of consumerism*. In D. W. Ball & J. W. Loy (Eds.), *Sport and social order: Contributions to the sociology of sport* (pp. 243-275). Reading, MA: Addison-Wesley.
- 38- Melnick, M. J. (1993). Searching for sociability in the stands: A theory of sports spectating. *Journal of Sport Management*, 7, 44-60.
- 39- Messner, M. A. (1988). Sports and male domination: The female athlete as contested ideological terrain. *Sociology of Sport Journal*, 5, 197-211.

- 40- Murrell, A. J. & Dietz, B. (1992). Fan support of sports teams: The effects of a common group identity. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 14, 28-39.
- 41- Newsweek (1996, August 12). *Going for some beefcake gold*.
- 42- New York Times (1986, June 4). 7 of 10 in survey say they're fans.
- 43-Nirun,N.(1991). *Sistematik Sosyoloji Yönünden Sosyal Dinamik Bünye ve Analizi*, Atatürk Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Kültür Merkezi Yayını No:56 ,s:3 13-18 Ankara.
- 44-Peterson, C. (1980). Attributions in the sports pages: An archival investigation of the covariation hypothesis. *Social Psychology Quarterly*, 43, 136-141.
- 45-Prisuta, R. H. (1979). Televised sports and political values. *Journal of Communication*, 29, 94-102.
- 46-Rintala, J. & Birrell, S. (1984). Fair treatment for the active female: A content analysis of Young Athlete magazine. *Sociology of Sport Journal*, 1, 231-250.
- 47-Russell, G. W. (1993). *The social psychology of sport*, New York: Springer-Verlag.
- 48-Sloan, L. R. (1989). *The motives of sports fans*. In J. H. Goldstein (Ed.), *Sports, games, and play: Social and psychological viewpoints* (2nd ed., pp. 175-240). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- 49-Smith, G. J. (1988). The noble sports fan. *Journal of Sport & Social Issues*, 12, 54-65.
- Stein, M. (1977). Cult and sport: The case of Big Red. *Mid-American Review of Sociology* 2(2), 29-42.
- 50-Tajfel, H. & Turner, J. C. (1986). *The social identity theory of intergroup behavior*. In S. Worchel & W. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (2nd ed., pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall.
- 51-Tekin, A.(1997). *Trabzon merkezindeki ortaöğretim kurumlarında öğretimlerine devam eden spor yapan ve yapmayan öğrencilerin özsaygı açısından değerlendirilmesi*. Yüksek lisans tezi. K:T:Ü Sağlık Bilimleri Enstitüsü.Trabzon.
- 52-Tesser, A. (1995). *Advanced Social Psychology*. New York: McGraw-Hill.
- USA Today (1997, August 28). Football's female fans.
- 53-Wann, D. L. (1995). Preliminary validation of the Sport Fan Motivation Scale. *Journal of Sport & Social Issues*, 19, 377-396.
- 54-Wann, D. L. (1997). *Sport psychology*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- 55-Wann, D. L. (1996). Seasonal changes in spectators' identification and involvement with and evaluations of college basketball and football teams. *The Psychological Record*, 46, 201-215.
- 56-Wann, D. L. & Branscombe, N. R. (1993). Sports fans: measuring degree of identification with their team. *International Journal of Sport Psychology*, 24, 1-17.
- 57-Wann, D. L. & Branscombe, N. R. (1995). Influence of identification with a sports team on objective knowledge and subjective beliefs. *International Journal of Sport Psychology*, 26, 551-567.
- 58-Wann, D. L. & Dolan, T. J. (1994). Attributions of highly identified sports spectators. *Journal of Social Psychology*, 134, 783-792.
- 59-Wann, D. L. & Hamlet, M. A. (1995). Author and subject gender in sports research. *International Journal of Sport Psychology*, 26, 225-232.
- 60-Wann, D. L., & Hamlet, M. A. (1995). Author and subject gender in sports research. *International Journal of Sport Psychology*. 26, 225-232.
- 61-Wann, D. L. & Schrader, M. P. (1996). An analysis of the stability of sport team identification. *Perceptual and Motor Skills*, 82, 322.
- 62-Watkins, D. (1987). Attributions in the New Zealand sports pages. *Journal of Social Psychology*, 126, 817-819.
- 63-Wenner, L. A., & Gantz, W. (1989). *The audience experience with sports on television*. In L. A. Wenner (Ed.), *Media, sports, and society* (pp. 241-268). Newbury Park, CA: Sage.

- 64-Whitson, D. (1994). *The embodiment of gender: Discipline, domination, and empowerment*. In S. Birrell & C. L. Cole (Eds). *Women, sport, and culture* (pp. 353-371). Champaign, IL: Human Kinetics.
- 65-Willis, P. (1982). *Women in sport and ideology*. In J. Hargreaves (Ed.), *Sport, culture, and ideology* (pp. 117-135). London: Routledge & Kegan Paul.
- 66-Zillmann, D., Bryant, J., & Sapolsky, B. S. (1989). *Enjoyment from sports spectatorship*. In J. H. Goldstein (Ed.), *Sports, games, and play: Social and psychological viewpoints* (2nd ed., pp. 241-278). Hillsdale, NJ: Erlbaum.