

Futbol Taraftarlarının Takıma Psikolojik Bağlılık, Fanatiklik ve Mutluluk Düzeylerinin İncelenmesi

Gökhan ÇAKMAK¹ Zekiye BAŞARAN² Adem KARATUT³

¹Kocaeli Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü, E mail: cakmakgokhan23@gmail.com

²Kocaeli Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü,

³Kocaeli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü

Özet

Takımlar, taraftarlarıyla bütünleşerek büyüyüp, gelişmeye çalışır. Taraftarlar da takımlarıyla özdeşleşir ve gönülden bağlanır. Ayrıca futbol, seyirci ve taraftarları mutlu eden unsurlar barındırır. Takımının alacağı galibiyet, seyirci ve taraftarlarını mutlu eder. Bu çalışmanın amacı, futbol taraftarlarının takıma psikolojik bağlılık, fanatiklik ve mutluluk düzeylerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesidir. Bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden betimsel ve ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Çalışmanın örneklemini Türkiye profesyonel futbol liglerinde mücadele eden takımlardan herhangi birinin taraftarı olan ve gönüllü olarak çalışmaya katılan 1285 futbol taraftarı oluşturmuştur. Veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından hazırlanan kişisel bilgiler anketi, Takıma Psikolojik Bağlılık Ölçeği, Futbol Taraftarı Fanatiklik Ölçeği ve Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formu kullanılmıştır. Araştırma kapsamında toplanan veriler pandemi koşulları nedeniyle yalnızca Google Formlar aracılığıyla elde edilmiştir. Verilerin analizinde SPSS 25.0 paket programı kullanılmıştır. Veriler, normal dağılım özelliklerine uymadığı için verilerin analizinde non-parametrik testlerden Mann-Whitney U testi ve Kruskal Wallis testleri kullanılmıştır. Farkın kaynağını tespit etmek için çoklu karşılaştırma testlerinden faydalanılmıştır. Ölçekler arasındaki ilişkinin tespit edilebilmesi için Spearman Korelasyon Testi uygulanmıştır. Sonuç olarak, katılımcıların %45'inin taraftar, %29,4'ünün futbolsever, %25,6'sının ise fanatik olduğu tespit edilmiştir. Fanatik olanların diğerlerinden, erkek katılımcıların kadın katılımcılardan, takımının taraftar grubuna üye olanların olmayanlardan, takımının tüm maçlarını izleyenlerin izlemeyenlerden takıma psikolojik bağlılık, fanatiklik ve mutluluk düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların fanatiklik düzeyleri ile psikolojik bağlılık düzeyleri arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Fanatiklik düzeyleri ile mutluluk düzeyleri arasındaki ilişki ise yine pozitif yönlü olmasına rağmen düşük düzeydedir. Psikolojik bağlılık düzeyleri ile mutluluk düzeyleri arasında da pozitif yönlü düşük düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik bağlılık, fanatiklik, mutluluk, taraftar, futbol

Examination of Football Fans' Levels of Psychological Commitment to The Team, Fanaticism and Happiness

Abstract

Teams try to grow and develop by integrating with their fans. Fans also identify with their teams and are deeply attached to them. In addition, football contains elements that make the spectators and fans happy. The victory of his team will make the spectators and fans happy. The aim of this study is to comparatively examine the psychological commitment to the team, fanaticity and happiness levels of football fans. In this study, descriptive and relational survey model, which is one of the quantitative research methods, was used. The sample of the study consisted of 1285 football fans who were fans of any of the teams competing in the Turkish professional football leagues and participated in the study voluntarily. Personal information questionnaire prepared by the researchers, Team Psychological Commitment Scale, Fanaticism Scale for Football Fans and Oxford Happiness Scale Short Form were used as data collection tools. The data collected within the scope of the research was obtained only through Google Forms due to the pandemic conditions. SPSS 25.0 package program was used in the analysis of the data. Since the data did not comply with the normal distribution characteristics, the Mann-Whitney U test and Kruskal Wallis tests, which are non-parametric tests, were used in the analysis of the data. Multiple comparison tests were used to determine the source of the difference. Spearman Correlation Test was applied to determine the relationship between the scales. As a result, it was determined that 45% of the participants were fans, 29.4% were football fans, and 25.6% were fanatics. It has been determined that those who are fanatics have higher levels of psychological commitment to the team, fanaticity and happiness than those who are male participants than female participants, those who are not members of the support group of their team, those who watch all the matches of their team and those who do not watch. A positive and moderate relationship was found between the levels of fanaticity and psychological commitment levels of the participants. Although the relationship between fanaticity and happiness levels is positive, it is at a low level. It has been determined that there is a low level of positive relationship between psychological commitment levels and happiness levels.

Keywords: Psychological commitment, fanaticism, happiness, fan, football

SUMMARY

Introduction: Looking at the history of football fan, it is seen that it has become widespread in parallel with the popularization of modern football. As the colors, emblems and jerseys of the teams began to emerge, the fans began to take on the colors of their teams. This situation becomes even more evident in stadiums with thousands of seats, which allow large crowds to watch matches together. On match days, the stands are home to thousands of people who wear the colors of the team and sing marches in unison. While football is considered to be the most exciting game and an integral part of life for some, it has different meanings beyond being a game and a hobby for others (Bilir & Sangün, 2014). In addition to being a spectator, concepts such as fanaticism, and hooliganizm, which express a more passionate devotion, came. While spectators are defined as “persons or groups who watch the sporting event, not organized beforehand, see and react to the event” (Dinç & Demircan, 2016), fans are defined as “who are connected to the team, follow him or his athletes, have positive feelings for them, is the person who supports them” (Arslanoğlu, 2005). A fanatic is "a person who is extremely devoted to the team he supports, does not put dust on his team, seeks the blame on someone else, in short, his world revolves around his team" (Tokalak, 2015). Galeano (2014) defined the fanatics as “people who watch the game but do not see the game, who have trouble with the stands”. Hooligans, on the other hand, are people or people who are members of a spontaneously formed group, usually at a young age, exhibit illegal attitudes inside and outside the stadium, and go to the match only to fight and to register their courage (Demir and Talimciler, 2015). Supporting is basically a ritual performed with the participation of people who set their heart on the team (Koçer, 2012). The fans support their team under all conditions, even though they are seen as potential consumers by football clubs without expecting any financial reward. Therefore, it can be said that advocacy is one of the important areas that a person attaches importance to and even uses to define his identity (Demir & Talimciler, 2015). **Aim:** Considering that the financial and moral supporters of the teams are the audience, especially the team fans, their psychological commitment to their teams, their fanaticity and their level of happiness come to the fore. The purpose of this research is to comparatively examine the psychological commitment, fanaticity and happiness levels of football fans to their teams. **Method:** In this study, descriptive and relational survey model, which is one of the quantitative research methods, was used. This research was approved by Kocaeli University Social and Human Sciences Ethics Committee (Date/number: 01.02.2021/E.12608). The universe of the study consists of the supporters of 145 teams competing in the Turkish professional football leagues. The sample of the study consisted of 1285 football fans who were fans of any of the teams competing in the Turkish professional football leagues and participated in the study voluntarily. Personal information questionnaire prepared by the researchers, Team Psychological Commitment Scale, Fanaticism Scale for Football Fans and Oxford Happiness Scale Short Form were used as data collection tools. The data collected within the scope of the research was obtained only through Google Forms due to the pandemic conditions. SPSS 25.0 package program was used in the analysis of the data. Since the data did not comply with the normal distribution characteristics, the Mann-Whitney U test and Kruskal Wallis tests, which are non-parametric tests, were used in the analysis of the data. Multiple comparison tests were used to determine the source of the difference. Spearman Correlation Test was applied to determine the relationship between the scales. **Findings and Results:** Most of the participants were male (84%), in the age group of 26-33 (39.8%), undergraduate or graduate degree

(62.1%), they were not members of the supporter group of their team (82.2%), the whole team It was seen that he watched the matches (47.8%). In addition, it was determined that 45% of the participants were fans, 29.4% were football fans, and 25.6% were fanatics. It was determined that the psychological commitment levels of the fans were high (81.32±13.71), their fanaticity levels were below the average (26.53±8.24), and their happiness levels were above the average (22.00±4.15). It has been determined that those who are fanatics have higher levels of psychological commitment to the team, fanaticity and happiness than others, male participants than female participants, those who are not members of their team's fan group, those who watch all the matches of their team and those who do not watch. A positive and moderate relationship was determined between the levels of fanaticity and psychological commitment levels of the participants. Although the relationship between fanaticity and happiness levels is positive, it is at a low level. It has been determined that there is a low level of positive relationship between psychological commitment levels and happiness levels.

1. GİRİŞ

Futbol taraftarlığının tarihçesine bakıldığında modern futbolun popülerleşmesine paralel olarak yaygınlaştığı görülmektedir. Takımların kendilerine ait renkleri, amblemleri ve formları oluşmaya başlayınca, taraftarlar da takımlarına ait renklere bürünmeye başlamışlardır. Özellikle büyük kalabalıkların bir arada maç izlemesine olanak sağlayan binlerce kişilik stadyumlarda bu durum daha da belirginleşmektedir. Maç günlerinde tribünler takımının renklerine bürünen, hep bir ağızdan marşlar söyleyen binlerce insana ev sahipliği yapmaktadır (Ankaralıgil ve Kartal, 2013; Gündüz ve Kayhan, 2017).

Futbol, bazı insanlar tarafından hayatın ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmekteyken bazı insanlar tarafından ise oyun ve hobi olmanın ötesinde farklı anlamlar taşımaktadır (Bilir ve Sangün, 2014). Bu nedenle seyirci kavramının yanı sıra daha tutkulu bir bağlılığı ifade eden taraftarlık, fanatiktik, holiganlık gibi kavramları da incelemek gerekir. Seyirci, *“spor olayını izleyen, önceden organize edilmemiş, gerçekleşen olayı görüp tepki veren kişi ya da gruplar”* şeklinde tanımlanırken (Dinç ve Demircan, 2016), taraftar *“takımına bağlı olan, onu ya da sporcularını takip eden, onlara olumlu duygular besleyen, onları destekleyen kişidir”* (Arslanoğlu, 2005). Fanatik ise, *“tuttuğu takıma aşırı derecede bağlılık duyan, takımına toz kondurmayan, suçu başkasında arayan, kısacası dünyası kendi tuttuğu takımın etrafında dönen kişidir”* (Tokalak, 2015). Galeano (2014) fanatikleri *“maçı seyreden ama oyunu görmeyen, derdi tribünler olan kişiler”* olarak tanımlamıştır. Holigan ise *“genellikle genç yaşta, kendiliğinden oluşmuş bir grubun üyesi olan, stat içinde ve dışında kural dışı tutumlar sergileyen, maça sadece dövüşmeye, cesaretini tescil etmeye giden kişi ya da kişilerdir”* (Demir ve Talimciler, 2015).

Taraftarlık, esasen takımına destek olan kişilerin katılımı ile hayat bulan bir ritüeldir (Koçer, 2012). Taraftarlık ritüelini Akşar ve Merih (2008) *“Yağmurda, çamurda beraber yürür takımıyla kol kola. Bir cefakâr, bir vefakardır. Zengini fakiri fark etmez. Sınıf farkı ve sosyal statü farkı gözetmez. Aynı tepkiyi, aynı etkiyi birlikte yaşar. Beraber hüznülenir, beraber sevinir. Tutkuyla takımına yoldaşlık yapar”* şeklinde açıklamıştır. Taraftar hiçbir maddi karşılık beklemeden, üstelik futbol kulüpleri tarafından potansiyel tüketici olarak görünmesine rağmen takımını her koşulda destekler. Dolayısıyla taraftarlığın kişinin hayatında önem verdiği hatta kimliğini tanımlamada kullandığı önemli alanlardan biri (Demir ve

Talimciler, 2015) olduğu söylenebilir.

Yapılan taraftar tanımlamalarından, taraftarların takımlarına yüksek psikolojik bağlılık duyan kişiler olduğu söylenebilir. Taraftar psikolojik bağlılığı *“taraftarların bir spor organizasyonu ile olan kişisel bağlılık ve duygusal katılımı”* şeklinde tanımlanmıştır (Sutton ve ark., 1997; Üstün ve Oguz, 2020). Bu bağlılık, kişilerin futbol müsabakalarına katılımı, kulüplerini her ortamda desteklemeleri ve kulüp ürünleri satın alma gibi unsurları kapsamaktadır. Taraftarlar takımlarıyla özdeşleşmekte ve başarılarıyla mutlu olmaktadır.

Mutluluğun; keyif almak, eğlenmek, iyi ilişkiler kurabilmek, yaşam memnuniyeti ve alınan haz olduğu düşünüldüğünde futbolun seyirci ve taraftarları mutlu eden unsurlar barındırdığı söylenebilir. İzlenen maçın seyir zevkinin yüksek olması, seyredende olumlu duygular uyandırır. Bazen bir futbol maçını yerinde izlemek, taraftarı olunan takıma ait bir ürün, bazen de bir imzalı forma almak ya da beklenen bir futbolcu transferi haberini duymak taraftarı mutlu eder. Asıl mutluluk kaynağı ise hiç şüphesiz ki takımının alacağı galibiyetlerdir. Takımların maddi ve manevi destekleyicilerinin seyircileri özellikle de takım taraftarları olduğu düşünüldüğünde onların takımlarına olan psikolojik bağlılıkları, fanatiklik durumları ve mutluluk düzeyleri ön plana çıkar. Bu çalışmanın amacı, futbol taraftarlarının takıma psikolojik bağlılık, fanatiklik ve mutluluk düzeylerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesidir.

2. MATERYAL METOT

Bu araştırma betimsel ve ilişkisel tarama modeli kullanılarak tasarlanan nicel bir araştırmadır. Araştırma öncesinde Kocaeli Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'na başvurulmuş ve gerekli izinler alınmıştır (Tarih/sayı: 01.02.2021/E.12608).

2.1 Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini Türkiye profesyonel futbol liglerinde mücadele eden 145 takımın taraftarları oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklem grubunu ise bu taraftarlardan gönüllü olarak araştırmamıza destek veren kişiler oluşturmuştur. Bu doğrultuda kolayda örneklem metoduyla toplam 1285 taraftara ulaşılmıştır. Katılımcıların demografik bilgileri Tablo 1'de görülebilir.

Tablo 1. Katılımcıların demografik bilgileri

Demografik Değişkenler	Alt Gruplar	Frekans (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	205	16,0
	Erkek	1080	84,0
Yaş	25 yaş ve altı	273	21,2
	26-33 yaş	512	39,8
	34-41 yaş	306	23,8
	42 yaş ve üzeri	194	15,1
Eğitim Durumu	Lise ve altı mezunu	221	17,2
	Önlisans veya lisans mezunu	798	62,1
	Lisansüstü mezunu	266	20,7

Takımının Taraftar Grubuna Üyelik	Evet	229	17,8
	Hayır	1056	82,2
Takımının Maçlarını İzleme Sıklığı	Fırsat bulunan maçlar	491	38,2
	Önemli maçlar	180	14,0
	Tüm maçlar	614	47,8

Tablo 1 incelendiğine katılımcıların çoğunun erkek (%84), 26-33 yaş grubunda (%39,8), önlisans veya lisans mezunu (%62,1) olduğu, taraftar grubuna üye olmadıkları (%82,2), takımının tüm maçlarını izlediği (%47,8) görülmüştür.

2.2 Verilerin Elde Edilmesi

Verilerin elde edilmesinde araştırmacıların hazırladığı kişisel bilgiler anketinin yanı sıra Mahony, Madrigal ve Howard (2000) tarafından geliştirilmiş olan ve Eskiler, Sarı ve Soyer (2011) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan Takıma Psikolojik Bağlılık Ölçeği; Taşmektepligil, Çankaya ve Tunç (2015) tarafından geliştirilmiş olan Futbol Taraftarı Fanatiklik Ölçeği; Hills ve Argyle (2002) tarafından geliştirilmiş olan ve Doğan ve Akıncı Çötök (2011) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formu kullanılmıştır.

2.2.1. Takıma Psikolojik Bağlılık Ölçeği

Toplam 14 soru, 3 alt boyuttan oluşur. 7'li likert şeklindedir. Ölçekten alınabilecek puanlar 14 ile 98 arasında değişir. Ölçeğin aritmetik ortalaması 56'dır. Ölçeğin genelinden alınan yüksek puanlar takıma yüksek bağlılık düzeyini ifade etmektedir. Bu çalışmada ölçeğe ait Cronbach's Alpha katsayısı .829 olarak bulunmuştur.

2.2.2. Futbol Taraftarı Fanatiklik Ölçeği

Toplam 13 soru 2 alt boyuttan oluşur. 4'lü likert şeklindedir. Ölçekten alınabilecek minimum puanlar 13 ile 52 arasında değişir. Ölçeğin aritmetik ortalaması 32'dir. Ölçeğin genelinden alınan puanlara göre kişiler futbolsever, takım taraftarı ya da fanatik olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışmada ölçeğe ait Cronbach's Alpha katsayısı .875 olarak bulunmuştur.

2.2.3. Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formu

Toplam 7 sorudan oluşur ve 5'li likert şeklindedir. Ölçekten alınabilecek puanlar 7 ile 35 arasında değişir. Bu ölçeğin aritmetik ortalaması ise 21'dir. Ölçekten yüksek puan almak kişinin mutluluk seviyesinin yüksek olduğu anlamına gelir. Bu çalışmada ölçeğe ait Cronbach's Alpha katsayısı .602 olarak bulunmuştur. Cronbach's Alpha katsayısının "0.80-1.00" arasında olması ölçüm aracının yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu, "0.60-0.79" arasında olması ise ölçüm aracının oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir (Alpar, 2018).

Araştırma kapsamında elde edilen veriler, pandemi koşulları nedeniyle sadece Google Formlar üzerinden toplanmıştır. Google Formlar üzerinden oluşturulan ankete erişim adresi futbol taraftarlarının oluşturduğu sosyal medya hesaplarında paylaşılmıştır. Bu şekilde katılımcıların

gönüllülük esasına göre araştırmaya katılmaları sağlanmıştır. IP kısıtlaması getirilerek aynı kişinin birden fazla cevap göndermesinin önüne geçilmeye çalışılmıştır.

2.3 Verilerin Analizi

Verilerin analizi için SPSS 25.0 programı kullanılmıştır. Elde edilen verilerin normal dağılıp dağılmadığının tespit edilebilmesi için Kolmogorov-Smirnov testi sonuçları ile Skewness-Kurtosis değerleri kontrol edilmiş ve verilerin normal dağılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda verilerin analizinde parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U testi ile Kruskal Wallis testleri kullanılmıştır. Farkın kaynağını tespit etmek için non-parametrik testler içinde yer alan çoklu karşılaştırma testlerinden faydalanılmıştır. Ölçekler arasındaki ilişkinin tespit edilebilmesi için Spearman Korelasyon Testi kullanılmıştır. Büyüköztürk (2018), korelasyon testleri sonucunda korelasyon katsayısının mutlak değer olarak .70-1.00 arasında olmasının yüksek; .30-.70 arasında olmasının orta; .00-.30 arasında olmasının düşük düzeyde bir ilişki olarak tanımlanabileceğini belirtmiştir. Bu çalışmada ilişkinin hangi düzeyde olduğuna karar verilirken bu bilgiden yararlanılmıştır.

3. BULGULAR

Tablo 2. Katılımcıların takımlarına psikolojik bağlılık, fanatiklik ve mutluluk düzeyleri

	N	Min.	Max.	X̄	SD
Takıma Psikolojik Bağlılık Düzeyi	1285	37	98	81,32	13,71
Fanatiklik Düzeyi	1285	13	52	26,53	8,24
Mutluluk Düzeyi	1285	7	35	22,00	4,15

Tablo 2 incelendiğinde taraftarların psikolojik bağlılık düzeylerinin yüksek ($81,32 \pm 13,71$), fanatiklik düzeylerinin ortalamanın altında ($26,53 \pm 8,24$), mutluluk düzeylerinin ise ortalamanın üzerinde ($22,00 \pm 4,15$) olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların fanatiklik durumları

Fanatiklik Durumu	Frekans (f)	Yüzde (%)
Futbolsever	378	29,4
Taraftar	578	45,0
Fanatik	329	25,6

Tablo 3'e göre katılımcıların %45'inin taraftar, %29,4'ünün futbolsever, %25,6'sının ise fanatik olarak nitelendirilebileceği tespit edilmiştir.

Tablo 4. Cinsiyet ve takımının taraftar grubuna üyelik değişkenlerine göre Mann Whitney U testi sonuçları

	Cinsiyet	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	U	p
Takıma Psikolojik Bağlılık Düzeyi	Kadın	205	487,91	100021,00	78906,000	,000*
	Erkek	1080	672,44	726234,00		
Fanatiklik Düzeyi	Kadın	205	419,00	85895,00	64780,000	,000*
	Erkek	1080	685,52	740360,00		
Mutluluk Düzeyi	Kadın	205	599,92	122983,50	101868,500	,069
	Erkek	1080	651,18	703271,50		
	Takımının Taraftar Grubuna Üyelik	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	U	p
Takıma Psikolojik Bağlılık Düzeyi	Evet	229	903,25	206844,50	61314,500	,000*
	Hayır	1056	586,56	619410,50		
Fanatiklik Düzeyi	Evet	229	996,02	228088,00	40071,000	,000*
	Hayır	1056	566,45	598167,00		
Mutluluk Düzeyi	Evet	229	664,11	152082,00	116077,000	,341
	Hayır	1056	638,42	674173,00		

*p<0,05

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların takıma psikolojik bağlılık düzeyleri ile fanatiklik düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre farklılaştığı görülmektedir ($p<,05$). Erkek katılımcıların hem takıma psikolojik bağlılık düzeyleri hem de fanatiklik düzeyleri kadın katılımcılardan daha yüksektir. Katılımcıların mutluluk düzeylerinde ise cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir fark bulunamamasına ($p>,05$) rağmen erkek katılımcıların sıra ortalamasının ($651,18 > 599,92$) kadın katılımcılardan daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Takımının taraftar grubuna üyelik değişkeni açısından bakıldığında katılımcıların takıma psikolojik bağlılık ve fanatiklik düzeylerinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<,05$). Takımının taraftar grubuna üye olanların hem takımlarına psikolojik bağlılık düzeyleri hem de fanatiklik düzeylerinin sıra ortalamaları daha yüksektir. Mutluluk düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiş olmasına ($p>,05$) rağmen takımının taraftar grubuna üye olanların mutluluk düzeylerine ait ortalamalarının üye olmayanlara göre biraz daha yüksek olduğu ($664,11 > 638,41$) görülmüştür.

Tablo 5. Yaş ve eğitim durumu değişkenlerine göre Kruskal Wallis testi sonuçları

	Yaş Grubu	N	Sıra Ort.	df	p	Fark
Takıma Psikolojik Bağlılık Düzeyi	25 yaş ve altı ¹	273	640,55	3	,112	-
	26-33 yaş ²	512	653,74			
	34-41 yaş ³	306	663,48			
	42 yaş ve üzeri ⁴	194	585,80			
Fanatiklik Düzeyi	25 yaş ve altı ¹	273	684,09	3	,000*	1-4
	26-33 yaş ²	512	693,00			2-4
	34-41 yaş ³	306	608,45			3-4
	42 yaş ve üzeri ⁴	194	507,72			2-3
Mutluluk Düzeyi	25 yaş ve altı ¹	273	533,76	3	,000*	1-2
	26-33 yaş ²	512	635,65			1-3
	34-41 yaş ³	306	710,10			1-4
	42 yaş ve üzeri ⁴	194	710,27			2-3
	Eğitim Durumu	N	Sıra Ort.	df	p	Fark
Takıma Psikolojik Bağlılık Düzeyi	Lise ve altı ¹	221	666,55	2	,363	-
	Önlisans veya lisans ²	798	631,72			
	Lisansüstü ³	266	657,29			
Fanatiklik Düzeyi	Lise ve altı ¹	221	700,02	2	,000*	1-3
	Önlisans veya lisans ²	798	650,80			2-3
	Lisansüstü ³	266	572,23			
Mutluluk Düzeyi	Lise ve altı ¹	221	588,42	2	,007*	1-3
	Önlisans veya lisans ²	798	641,27			
	Lisansüstü ³	266	693,54			

*p<0,05

Tablo 5 incelendiğinde, yaş grubu değişkeni açısından katılımcıların takıma psikolojik bağlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>,05$). Psikolojik bağlılık düzeyi en yüksek 34-41 yaş grubu olarak saptanmıştır. Katılımcıların fanatiklik düzeyi ve mutluluk düzeyi ile yaş grupları arasında ise anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<,05$). Farkın, 25 yaş ve altı ile 42 yaş ve üzeri, 26-33 yaş ile 34-41 yaş, 26-33 yaş ile 42 yaş ve üzeri, 34-42 yaş ile 42 yaş ve üzerinde olan katılımcıların fanatiklik düzeyleri arasında olduğu tespit edilmiştir. Fanatiklik düzeyi en yüksek yaş grubunun 26-33 yaş grubundakiler olduğu görülmüştür. Mutluluk düzeyleri arasındaki fark ise 25 yaş ve altı ile 26-33 yaş, 25 yaş ve altı ile 34-41 yaş, 25 yaş ve altı ile 42 yaş ve üzeri, 26-33 yaş ile 34-41 yaş grubunda olanlar arasındadır. Mutluluk düzeyi en yüksek grup ise 42 yaş ve üzeri yaş grubunda olanlardır. Bu durumda üst yaş grubundakiler daha mutlu, alt yaş grubundakiler ise daha fanatik olarak görülmektedir.

Eğitim durumu değişkenine göre katılımcıların takıma psikolojik bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p>,05$). Ancak lise ve altı eğitim düzeyindeki grubun takıma psikolojik bağlılık ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların fanatiklik düzeyleri ile mutluluk düzeyleri arasında anlamlı farklılık saptanmıştır ($p<,05$). Farkın lise ve altı ile

lisansüstü mezunları, önlisans veya lisans mezunları ile lisansüstü mezunlarından kaynaklandığı görülmüştür. Fanatiklik düzeyi en yüksek grup lise ve altı mezunlarıdır. Mutluluk düzeyi en yüksek grup ise lisansüstü mezunlarıdır. Mutluluk düzeyinde, gruplar arasındaki farkın, lisansüstü grup ile lise ve altı mezunlarından kaynaklandığı görülmektedir. Burada eğitim düzeyi yükseldikçe mutluluğunda arttığı söylenebilir.

Tablo 6. Fanatiklik düzeyi ve maç izleme sıklığı değişkenlerine göre Kruskal Wallis testi sonuçları

	Fanatiklik Düzeyi	N	Sıra Ort.	df	p	Fark
Takıma Psikolojik Bağlılık Düzeyi	Futbolsever ¹	378	385,96			1-2
	Taraftar ²	578	710,16	2	,000*	2-3
	Fanatik ³	329	820,33			1-3
Mutluluk Düzeyi	Futbolsever ¹	378	617,99			
	Taraftar ²	578	637,86	2	,072	-
	Fanatik ³	329	680,78			
	Maç İzleme Sıklığı	N	Sıra Ort.	df	p	Fark
Takıma Psikolojik Bağlılık Düzeyi	Fırsat bulduğum maçlarını ¹	491	473,05			1-2
	Benim için önemli maçlarını ²	180	395,59	2	,000*	1-3
	Tüm maçlarını ³	614	851,44			2-3
Fanatiklik Düzeyi	Fırsat bulduğum maçlarını ¹	491	500,02			
	Benim için önemli maçlarını ²	180	441,13	2	,000*	1-3
	Tüm maçlarını ³	614	816,52			2-3
Mutluluk Düzeyi	Fırsat bulduğum maçlarını ¹	491	628,45			
	Benim için önemli maçlarını ²	180	623,69	2	,274	-
	Tüm maçlarını ³	614	660,29			

*p<0,05

Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların fanatiklik durumları ile takıma psikolojik bağlılık düzeyleri arasında istatistiki olarak anlamlı fark tespit edilmiştir (p=,000; p<,05). Farkın futbolseverler ile taraftarlar, taraftarlar ile fanatikler, futbolseverler ile fanatiklerden kaynaklandığı görülmüştür. Takıma psikolojik bağlılık düzeyi en yüksek grup fanatikler olmuştur. Mutluluk düzeylerine bakıldığında gruplar arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür (p>,05). Mutluluk düzeyi en yüksek grubun ise fanatikler olduğu görülmüştür.

Maç izleme sıklığı değişkenine bakıldığında katılımcıların takıma psikolojik bağlılık düzeyi ile fanatiklik düzeyleri arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür (p<,05). Farkın kaynağını; psikolojik bağlılık düzeyi en yüksek grup olan takımının tüm maçlarını izleyenler ile takımının önemli bulduğu maçlarını izleyenlerin oluşturduğu görülmektedir. Yine takımının maçlarını fırsat buldukça izleyenler ile takımının önemli bulduğu maçlarını izleyenler ve takımının tüm maçlarını izleyenler arasında da fark bulunmaktadır.

Fanatiklik düzeyleri arasındaki farkın kaynağının ise takımının tüm maçlarını izleyenler ile takımının önemli bulduğu maçlarını izleyenler arasında olduğu görülmektedir. Yine takımının maçlarını fırsat

buldukça izleyenler ile takımının önemli bulduğu maçlarını izleyenler ve takımının tüm maçlarını izleyenler arasında da fark bulunmaktadır. Mutluluk düzeyleri açısından gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p>,05$). Mutluluk düzeyi en yüksek grup takımının tüm maçlarını izleyenlerdir.

Tablo 7. Katılımcıların Takıma Psikolojik Bağlılık Düzeyleri, Fanatiklik ve Mutluluk Düzeyleri Arasındaki İlişki

		Fanatiklik Düzeyi	Psikolojik Bağlılık Düzeyi	Mutluluk Düzeyi
Fanatiklik Düzeyi	r	1,000		
	p	.		
Psikolojik Bağlılık Düzeyi	r	,455	1,000	
	p	,000*	.	
Mutluluk Düzeyi	r	,069	,069	1,000
	p	,013*	,014*	.

* $p<,05$

Katılımcıların fanatiklik, psikolojik bağlılık ve mutluluk düzeyleri arasındaki ilişki incelendiğinde fanatiklik düzeyleri ile psikolojik bağlılık düzeyleri arasında orta düzeyde ($p=,000$; $r=,455$) ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Fanatiklik düzeyleri ile mutluluk düzeyleri arasındaki ilişki ise yine pozitif yönlü olmasına rağmen düşük düzeydedir ($p=,013$; $r=,069$). Psikolojik bağlılık düzeyleri ile mutluluk düzeyleri arasında da pozitif yönlü düşük düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($p=,014$; $r=,069$).

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Futbol taraftarlarının takımlarına psikolojik bağlılık, fanatiklik ve mutluluk düzeylerinin incelenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada; katılımcıların takıma psikolojik bağlılık düzeyleri ile fanatiklik düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre farklılaştığı görülmektedir ($p<,05$). Erkek katılımcıların hem takıma psikolojik bağlılık düzeylerinin hem de fanatiklik düzeylerinin kadın katılımcılardan daha yüksek olduğu görülmüştür. Benzer çalışmalarda da çalışmamızla örtüşen sonuçlar mevcuttur (Göksel ve ark., 2020; Giray ve Salman, 2008). Ayrıca benzer çalışmalarda futbol taraftarlarının cinsiyetlerine göre fanatiklik düzeyleri arasında anlamlı farklılık olduğu ve erkek katılımcıların fanatiklik düzeylerinin kadın katılımcılardan daha yüksek olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır (İlk, Çavuşoğlu ve Güler, 2020; Doğaner ve ark., 2021). Bunun yanında çalışma sonuçlarımızla farklılık gösteren sonuçlar da bulunmaktadır. Kartal ve İnan (2018) çalışmalarında futbol taraftarlarının cinsiyet değişkeni açısından takıma psikolojik bağlılık düzeylerinde anlamlı farklılık tespit edememişlerdir. Carvalho (2008) bu durumu “erkekler ve kadınlar kendilerini spor hayranı olarak görürler ve erkeklerin kadınlara göre spor hayranlığı daha güçlüdür” şeklinde açıklamıştır. Çalışmamızda katılımcıların mutluluk düzeylerinde cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık bulunamamasına ($p>,05$) rağmen erkeklerin sıra ortalamasının kadınlardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Takımının taraftar grubuna üyelik değişkeni açısından bakıldığında ise katılımcıların takıma psikolojik bağlılık ve fanatiklik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p<,05$). Takımının taraftar grubuna üye olanların hem takımlarına psikolojik bağlılık düzeyleri hem de fanatiklik düzeyleri daha yüksektir. Katılımcıların mutluluk düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamasına ($p>,05$) rağmen takımının taraftar grubuna üye olanların mutluluk düzeylerine ait sıra ortalamalarının üye olmayanlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum, Göksel ve ark. (2020) tarafından spor bilimleri öğrencileriyle yapılan çalışma sonucunda destekçisi oldukları takımın taraftar gruplarına üyeliği bulunanların üyeliği bulunmayanlara kıyasla takımlarına olan psikolojik bağlılık seviyelerinin farklılık gösterdiği ve takımlarıyla daha fazla özdeşleştikleri sonucuna ile benzerdir.

Yaş grubuna göre katılımcıların takıma psikolojik bağlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmamıştır ($p>,05$). Benzer çalışmalarda ise yaş gruplarına göre futbol taraftarlarının psikolojik bağlılık düzeyleri arasında da anlamlı farklılık saptanmıştır (Yıkılmaz, 2017; Kartal ve İnan, 2018). Çalışmamızda takıma psikolojik bağlılık düzeyi en yüksek olan grup 34-41 yaş grubunda olanlardır. Katılımcıların fanatiklik düzeyi ve mutluluk düzeyi arasında ise yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<,05$). Fanatiklik düzeyi en yüksek yaş grubunun 26-33 yaş grubundakiler olduğu, mutluluk düzeyi en yüksek grubun ise 42 yaş ve üzeri yaş grubunda olduğu görülmüştür. Benzer çalışmalarda da yaş gruplarına göre futbol taraftarlarının fanatiklik düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur (İlk, Çavuşoğlu ve Güler, 2020; Kurak, 2019).

Eğitim durumu açısından katılımcıların takıma psikolojik bağlılık düzeyleri arasında anlamlı farklılık tespit edilememiştir ($p>,05$). Buna rağmen eğitim durumu lise ve altı düzeyde olanların takıma psikolojik bağlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların fanatiklik düzeyleri ile mutluluk düzeylerinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p<,05$). Fanatiklik düzeyleri arasındaki farkın lise ve altı ile lisansüstü mezunları, ön lisans veya lisans mezunları ile lisansüstü mezunlarından kaynaklandığı görülmüştür. Fanatiklik düzeyi en yüksek grup lise ve altı mezunlarıdır. Mutluluk düzeyleri arasındaki fark ise lise ve altı mezunları ile lisansüstü mezunlarından kaynaklanmaktadır. Mutluluk düzeyi en yüksek grup lisansüstü mezunlarıdır.

Maç izleme sıklığı değişkenine bakıldığında katılımcıların takıma psikolojik bağlılık düzeyi ile fanatiklik düzeylerinde anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<,05$). Takıma psikolojik bağlılık düzeyi arasındaki farkın kaynağını takımının maçlarını fırsat buldukça izleyenler ile takımının önemli bulduğu maçlarını izleyenler, takımının maçlarını fırsat buldukça izleyenler ile takımının tüm maçlarını izleyenler, takımının önemli bulduğu maçlarını izleyenler ile takımının tüm maçlarını izleyenler oluşturmuştur. Takıma psikolojik bağlılık düzeyi en yüksek grup takımının tüm maçlarını izleyenler oluşturmuştur. Fanatiklik düzeyleri arasındaki farkın kaynağı ise takımının maçlarını fırsat buldukça izleyenler ile takımının tüm maçlarını izleyenler, takımının önemli bulduğu maçlarını izleyenler ile takımının tüm maçlarını izleyenlerdir oluşturmuştur. Fanatiklik düzeyi en yüksek grup takımının tüm maçlarını izleyenlerdir. Mutluluk düzeyleri açısından bakıldığında gruplar arasında anlamlı farklılık tespit edilememiştir ($p>,05$). Mutluluk düzeyi en yüksek grup ise takımının tüm maçlarını izleyenlerdir. Benzer şekilde İlk, Çavuşoğlu ve Güler (2020) ve Tanyeri (2019) çalışmaları

sonucunda futbol taraftarlarının maçları takip etme durumlarına göre fanatiklik düzeylerinin değiştiği sonucuna ulaşmışlardır.

Katılımcıların fanatiklik düzeyleri, psikolojik bağlılık düzeyleri ve mutluluk düzeyleri arasındaki ilişki de incelenmiş ve fanatiklik düzeyleri ile psikolojik bağlılık düzeyleri arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki bulunmuştur. Fanatiklik düzeyleri ile mutluluk düzeyleri arasındaki ilişki ise yine pozitif yönlü olmasına rağmen düşük düzeydedir. Psikolojik bağlılık düzeyleri ile mutluluk düzeyleri arasında da pozitif yönlü düşük düzeyde bir ilişki olduğu bulunmuştur. Mutluluk, psikolojik bağlılık ile fanatiklik birbirini etkilemesine rağmen, takıma bağlılığın daha ön planda olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak, futbol taraftarlarının takıma psikolojik bağlılık, fanatiklik ve mutluluk düzeylerini incelediğimiz çalışmamızda katılımcıların %45'inin taraftar, %29,4'ünün futbolsever, %25,6'sının ise fanatik olduğu tespit edilmiştir. Fanatik olarak sınıflandırılan katılımcıların takıma psikolojik bağlılık ve mutluluk düzeylerinin taraftar ve futbolsever olarak sınıflandırılanlardan yüksek olduğu görülmüştür. Demografik özelliklere göre katılımcıların takıma psikolojik bağlılık, fanatiklik ve mutluluk düzeyleri incelenmiş ve erkek katılımcıların takıma psikolojik bağlılık, fanatiklik ve mutluluk düzeylerinin kadın katılımcılardan daha yüksek olduğu, takımının taraftar grubuna üye olanların takıma psikolojik bağlılık, fanatiklik ve mutluluk düzeylerinin üye olmayanlardan yüksek olduğu, takımının tüm maçlarını izleyenlerin takıma psikolojik bağlılık, fanatiklik ve mutluluk düzeylerinin tüm maçlarını izlemeyenlerden yüksek olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. 36-41 yaş grubunda olan katılımcıların takıma psikolojik bağlılık düzeyleri, 26-33 yaş grubunda olan katılımcıların fanatiklik düzeyleri, 42 yaş ve üzerinde olan katılımcıların ise mutluluk düzeyleri diğer yaş grubunda olan katılımcılardan yüksektir. Lise ve altı eğitim seviyesinde olan katılımcıların takıma psikolojik bağlılık ve fanatiklik düzeyleri, lisansüstü eğitim seviyesinde olan katılımcıların ise mutluluk düzeyleri diğer eğitim seviyelerinde olanlardan yüksektir.

Yazar Katkıları

Yazarlar isim sıralamasına uygun olarak çalışmaya katkı sağlamışlardır.

Etik Beyan

Araştırma öncesinde Kocaeli Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'na başvurulmuş ve gerekli izinler alınmıştır (Tarih/sayı: 01.02.2021/E.12608).

Çıkar Çatışması

Yazar(lar) çalışma ve yayımlanması konularında herhangi bir çıkar çatışması belirtmemişlerdir.

KAYNAKÇA

- Alpar, R. (2018). *Spor, Sağlık ve eğitim bilimlerinden örneklerle uygulamalı istatistik ve geçerlik-güvenirlilik* (5. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ankaralığıl, N., & Kartal, H. (2013). Oyun, ideoloji ve tüketim: kitle iletişim araçları bağlamında eğlenceden tüketime futbolun dönüşümü. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, 7, 125-144.
- Arslanoğlu, K. (2005). *Futbolun psikiyatrisi*. İthaki Yayınları: İstanbul.
- Bilir, P., & Sangün, L. (2014). Adana Demirspor ve Adanaspor futbol taraftarlarının şiddet eğilimleri. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 56-65.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı* (24. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Carvalho, M. (2008). *The prediction of behavioral loyalty from team identification and place attachment among Portuguese sport fans: a study conducted with Futebol Clube do Porto fans* (Master Dissertation). Porto University, Porto.
- Demir, M., & Talimciler, A. (2015). *Şiddet, şike ve medya kaskacında futbol ve taraftarlık* (1.Baskı). Konya: Literatür Academia.
- Devecioğlu, S. (2017). *Spor da yeni yaklaşımlar*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95, 542– 575.
- Dinç, S. C., & Demircan, M. (2016). Takıma psikolojik bağlılığın Passolig uygulamasına ilişkin taraftar görüşleri üzerine etkisi. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 11(2), 25-38.
- Doğan, T., & Akıncı Çötök, N. (2011). Oxford mutluluk ölçeği kısa formunun Türkçe uyarlaması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(36), 165-172.
- Doğaner, S., Erdeveciler, Ö., Balcı, V., Uyar, Y., Bağış, T. Ö., & Ercan, M. (2021). Futbol taraftarlarının fanatizm düzeylerinin belirlenmesi. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 19(4), 257-269.
- Eskiler, E., Sarı, İ., & Soyer, F. (2011). Takıma psikolojik bağlılık ölçeğinin Türkçe formunun geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 1428-1440.
- Galeano, E. (2014). *Gölgede ve güneşte futbol* (6. Baskı). İstanbul: Can Yayınları.
- Giray, C., & Salman, G. G. (2008). Fenerbahçe taraftarlarının takımlarına yönelik psikolojik bağlılıkları ile saldırganlıkla ilgili tutumları arasındaki ilişki. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (13), 147-157.
- Göksel, A. G., Zorba, E., Yıldız, M., & Caz, Ç. (2020). Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin taraftarı oldukları futbol takımına karşı psikolojik bağlılıklarının incelenmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(25), 3800-3818.

Gündüz, B., & Kayhan, M. (2017). Türkiye ve Avrupa'da teknik direktör değişimi. *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 9(1), 109-116.

Hills, P., & Argyle, M. (2002). The oxford happiness questionnaire: A compact scale for the measurement of psychological well-being. *Personality and Individual Differences*, 33, 1073-1082.

İlk, Ç., Çavuşoğlu, S. B., & Güler, C. (2020). Futbol taraftarlarının fanatiklik ve lisanslı ürün satın alma düzeylerinin incelenmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(32), 4784-4808.

Kartal, M., & İnan, H. (2018). Futbol taraftarlarının takıma psikolojik bağlılık düzeylerinin incelenmesi. *Journal of Institute of Economic Development and Social Researches*, 4(14), 730-735.

Koçer, M. (2012). Futbol derneklerine üye olan taraftarların şiddet ve holiganizm eğilimlerinin belirlenmesi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(32), 111-135.

Kurak, K. (2019). Investigation of football fanaticism levels of physical education teachers. *International Journal of Progressive Education*, 15(4), 66-72.

Lyubomirsky, S. (2007). *The how of happiness: A scientific approach to getting the life you want*. New York: The Penguin Press.

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

Sutton, W. A., McDonald, M. A., Milne, G. R., & Cimperman, J. (1997). Creating and fostering fan identification in professional sports. *Sport Marketing Quarterly*, 6(1), 15-22.

Tanyeri, L. (2019). Futbol taraftarı fanatıklığı: Üniversite öğrencileri örneği. *Spor Eğitim Dergisi*, 3 (2), 89-97.

Taşmektepligil, M. Y., Çankaya, S. ve Tunç, T. (2015). Futbol taraftarı fanatiklik ölçeği. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 6 (1), 41-49.

Tokalak, İ. (2015). *Futbol dünyasında soygun ve sömürü – Dünya'da ve Türkiye'de futbolun gerçek yüzü*. 1.Baskı. İstanbul: Ataç Yayınları.

Üstün, Ü. D., & Oguz, K. (2020). Üniversite öğrencilerinin taraftarı oldukları futbol takımı ile özdeşleşme düzeylerinin harcama eğilimleri açısından değerlendirilmesi. 18. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi.

Wann, D. L. (2006). Understanding the positive social psychological benefits of sport team identification: The team identification-social psychological health model. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 10, 272-296.

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

Makale Geliş : 07.03.2022

Makale Kabul : 12.05.2022

Açık Erişim Politikası

Bu eser Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.tr>