



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**TOPLUMSAL CİNSİYETE GÖRE FUTBOL VE BASKETBOL KADIN
TARAFTARLARIN DENEYİMLERİNİN İNCELENMESİ**

SERDA ÖRNEK
DOKTORA TEZİ

DANIŞMAN
DOÇ. DR. AYTEKİN ALPULLU
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI
SPOR YÖNETİM BİLİMLERİ DOKTORA PROGRAMI

İSTANBUL- 2024



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**TOPLUMSAL CİNSİYETE GÖRE FUTBOL VE BASKETBOL KADIN
TARAFTARLARIN DENEYİMLERİNİN İNCELENMESİ**

SERDA ÖRNEK
DOKTORA TEZİ

DANIŞMAN
DOÇ. DR. AYTEKİN ALPULLU
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI
SPOR YÖNETİM BİLİMLERİ DOKTORA PROGRAMI

İSTANBUL- 2024

BEYAN

Bu tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, tezin planlanmasından yazımına kadar bütün safhalarda etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tez çalışması ile elde edilmemiş bütün bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi ve bu kaynakları da kaynaklar listesine aldığımı, yine bu tezin çalışılması ve yazımı sırasında patent ve telif haklarını ihlal edici bir davranışımın olmadığı beyan ederim.

Serda ÖRNEK



TEŞEKKÜR

Öncelikle tez danışmanım olan Doç. Dr. Aytekin Alpullu'ya bu zorlu süreçte bana verdiği destek ve cesarettten dolayı sonsuz teşekkürlerimi sunmak isterim.

Bunun yanı sıra akademik kariyerimi şekillendirmemde paha biçilmez rehberliği ve entelektüel bakış açısıyla her zaman yanımda olan Prof. Dr. Turgay Biçer hocama teşekkürlerimi sunarım. Tez süresince fahri danışmalığımı üstlenen Prof. Dr. İpek Merçil hocama, her başım sıkıştığında yanımda olan, deneyimleri ile beni yönlendiren ve destekleyen sevgili Prof. Dr. Esin Esra Erturan Öğüt hocama şükranlarımı sunmayı bir borç bilirim.

Hayatım boyunca sevgi ve şefkatlerini esirgemeyen sevgili babam ve ablama bunun yanı sıra aramızdan zamansız ayrılan, kendini gibi öğretmen olmamı isteyen, zamanının ötesinde düşünebilen ve beni bu bakış açısıyla büyüten ve eksikliğin her zaman hissettiğim sevgili annem Silva Örnek'e şükranlarımı sunarım. Öte yandan, bu zorlu süreçte beni yalnız bırakmayan ve karamsarlığa kapıldığımda beni kaldırmamasını bile tüm dostlarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Son olarak bu tezin var olmasını sağlayan tüm katıcılarıma teşekkür ederim.

Bu tez Silva Örnek'in anısına ithaf edilmiştir.

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR LİSTESİ	i
ŞEKİL LİSTESİ	ii
TABLO LİSTESİ.....	iii
1.ÖZET	1
2.SUMMARY	2
3.GİRİŞ ve AMAÇ	3
4.GENEL BİLGİLER.....	6
4.1. Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet	6
4.2. Toplumsal Cinsiyet ve Spor	11
4.2.1. Sosyalizasyon ve cinsiyet stereotipi	12
4.2.2. Cinsiyet rolleri.....	16
4.3. Hegemonik Erkeklik	22
4.3.1. Hegemonik erkeklik ve spor.....	25
4.4. Kadın Taraftarlar	30
4.4.1. Taraftarlık tanımı.....	34
4.4.2. Taraftarlık sınıflandırılması.....	36
4.4.3. Tüketici olarak taraftarlık.....	38
4.4.4. Motivasyon.....	42
4.4.5. Taraftarlık kimliği	45
5.GEREÇ ve YÖNTEM	49
5.1. Araştırma Yaklaşımı	49
5.1.1. Araştırma yöntemi	50
5.1.2. Araştırma deseni.....	51
5.1.3. Araştırma problemi ve alt problemleri	51
5.2. Araştırmacının Konumu	52
5.3. Araştırma Katılımcı Grubu	53

5.4. Geçerlik ve Güvenirlik.....	55
5.5. Etik Konular	55
5.6. Verilerin Toplama Tekniği	56
5.7. Verilerin Analizi.....	57
6. BULGULAR	60
6.1. Futbol ve Basketbol Kadın Taraftarlarının Deneyimleri	60
6.1.1. Taraftarlığın anlamı	61
6.1.2. Taraftar olmalarını sağlayan faktörler	64
6.1.3. Maçlara gittikleri kişi hakkında görüşleri	66
6.1.4. Taraftar olmaktan uzaklaşmayla ilgili görüşleri	67
6.1.5. Kadın taraftarın sayıca artışı	69
6.2. Futbol ve Basketbol Kadın Taraftarlığında Cinsiyet Normları ve Kuralları	74
6.2.1 Maçta hissettikleri duygu.....	74
6.2.2. Olumsuz Deneyimler	76
6.2.3. Stadyum içi davranışları	80
6.3. Futbol ve Basketbol Kadın Taraftarlarının Tribünlerdeki Davranışları	83
6.3.1. Kadın taraftarların daha az olması	84
6.3.2. Erkek taraftarların kadın taraftarlara bakışı	87
6.3.3 Erkek taraftarların davranışlarında yaşanan değişim	89
6.4. Futbol ve Basketbol Kadın Taraftarlarına Taraftar Kimliği	94
6.4.1. Kadınların maçlara katılımı	94
6.4.2. Taraftarlığın erkek alanı olarak görülmesi	96
6.4.3. Cinsiyetin taraftar kimliği üzerindeki etkisi	102
6.4.4 Taraftarlık kimliği kanıtlamak zorunda kalmak	104

7. TARTIşMA ve SONUÇ	108
7.1. Tartışma	105
7.2. Sonuç	115
7.3. neriler	117
8. KAYNAKLAR	118
9. BİLİMSSEL FAALİYETLER	158
10. EKLER	159



KISALTMALAR LİSTESİ

FB	:	Fenerbahçe Spor Kulübü
GS	:	Galatasaray Spor Kulübü
BKJ	:	Beşiktaş Spor Kulübü
ABD	:	Amerika Birleşik Devletleri
WNBA	:	Women's National Basketball Association
VB	:	Vesaire
Kanaraya	:	Fenerbahçe Spor Kulübü

TABLO LİSTESİ

Tablo 1.	Araştırma yaklaşımı	50
Tablo 2.	2014-2023 yılları arası kadın taraftarların pasolig değerler	70
Tablo 3.	Katılımcıların demografik bilgileri	160



ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1.	Taraftarlığın anlamı	61
Şekil 2.	Taraftar olmalarını sağlayan faktörler	64
Şekil 3.	Maçlara gittikleri kişi hakkında görüşleri	66
Şekil 4.	Taraftar olmaktan uzaklaşmayla ilgili görüşleri	67
Şekil 5.	Kadın taraftarın sayıca artışı	67
Şekil 6.	Kadın taraftarın sayıca artması	69
Şekil 7.	Maçta hissettikleri duygu	74
Şekil 8.	Olumsuz Deneyimler	76
Şekil 9.	Stadyum içi davranışları	80
Şekil 10.	Kadın taraftarların daha az olması	83
Şekil 11.	Erkek taraftarların kadın taraftarlara bakışı	87
Şekil 12.	Erkek taraftarların davranışlarında yaşanan değişim	89
Şekil 13.	Kadınların maçlara katılımı	94
Şekil 14.	Taraftarlığın erkek alanı olarak görülmesi	96
Şekil 15.	Cinsiyetin taraftar kimliği üzerindeki etkisi	102
Şekil 16.	Taraftarlık kimliği kanıtlamak zorunda kalmak	104

1. ÖZET

Tezin başlığı: Toplumsal Cinsiyete Göre Futbol ve Basketbol Kadın Taraftarların Deneyimlerinin İncelenmesi

Öğrencinin Adı Soyadı: Serda Örnek

Danışmanın Adı Soyadı: Doç. Dr. Aytekin ALPULLU

Programın Adı: Spor Yönetim Bilimleri Doktora Programı

Amaç: Bu araştırma, kadınların sporun farklı alanlardaki temsiliyeti göz önüne alındığında, oldukça sınırlı katılım gösterdikleri taraftarlık olgusunu odağına almaktadır. Bu bağlamda mevcut araştırma, toplumsal cinsiyetlendirilmiş yapısıyla meşhur iki spor dalı olan futbol ve basketbolda kadınların taraftarlık deneyimlerini anlamayı amaçlamaktadır.

Gereç ve Yöntem: Kadın taraftarların deneyimlerini derinlemesine araştırabilmek için nitel araştırma yaklaşımlarından fenomenolojik desen uygulanmıştır. Araştırma kapsamında, 22 kadın taraftara yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği ile 17 soru yöneltilmiştir. Elde edilen verilere Maxqda programı kullanılarak içerik analizi yönetimi ile tematik analizi yapılarak dört tema belirlenmiştir.

Bulgular: İçerik analiz sonucunda elde edilen, taraftar deneyimleri, cinsiyet normları, tribün kültürü, taraftarlık kimliği kavramlarıyla ilgili temalar: 1) taraftarlığın anlamı, kadın taraftar olmak; 2) duygular, yaşanmışlıklar, benzerlikler- farklılıklar; 3) sayısal çoğunluk, taraftarlık kimliği kanıtlama, maç atmosferi; 4) lojistik, erkek egemen, cinsiyet farkı, kadın kimliği.

Sonuç: Her iki kadın taraftar grubunda da stadyumlardaki eril kültürü hissettiği ve başa çıkmaya çalıştığı fakat futbol kadın taraftarlarının stadyumdaki eril kültüre daha çok kabullendiği ve kadın basketbol taraftarlarının stadyum atmosferi ve lojistik konularında futbol kadın taraftarlardan farklı olarak daha çok etkilendiği sonucuna vardık. Bunu yanında her iki kadın taraftar gruba da cinsiyetlerinin taraftarlık kimliklerini etkilemediği kanısındayız.

Anahtar Kelimeler: Taraftarlık, toplumsal cinsiyet, kadın taraftarlar, hegemonik erkeklik

2. SUMMARY

Title of Thesis: Exploring Female Basketball and Football Fans' Experiences Based on Gender

Student Name, Surname: Serda Örnek

Supervisor Name: Doç. Dr. Aytekin ALPULLU

Program Name: Sport Management PhD Program

Objective: This research examines the phenomena of fans, which is characterized by a low level of growth, due to the underrepresentation of women in various sports sectors. The present study seeks to comprehend the encounters of women in football and basketball, both of which are renowned for their socially gendered framework.

Materials and Methods: A phenomenological research methodology has been used to thoroughly investigate the experiences of female supporters. For the research, a group of 22 women participated in a semi-structured in-depth interview, where they were asked a total of 17 questions. We applied content analysis based on thematic coding with Maxqda program.

Results: By content analysis we revealed several themes related to fans' experience, gender norms, tribune culture, and supportive identity. These themes include: 1) the definition of a fans, and the role of female fans; 2) emotions, experiences, and similarities and differences among fans; 3) most supporters, evidence of supportive identity, and the atmosphere of matches; 4) logistical aspects, male dominance, differences between sexes, and feminine identity.

Conclusion: We can say that both groups of female fans felt the masculine culture in the stadiums and tried to cope with it, but football female fans were more accepting of the masculine culture in the stadium. We concluded that female basketball fans were more affected by the stadium atmosphere and logistics than female soccer fans. Also, we have seen that the gender of both groups of female fans did not affect their fan identity.

Keywords: Fans, gender, female fans, hegemonic masculinity

3. GİRİŞ ve AMAÇ

“Bir toplum, bir millet erkek ve kadın denilen iki cins insandan meydana gelir. Mümkün müdür ki, bir toplumun yarısı topraklara zincirlerle bağlı kaldıkça, diğer kısmı göklere yükselebilsin!”

Mustafa Kemal Atatürk

Spor, beden merkezli olmasına rağmen toplum içindeki dinamiklerin tezahürünü barındıran bir yapıdır. Bedenin sosyal, politik ve ekonomik faktörler tarafından şekillenen bir kültür pratiği olarak ele alındığı sosyokültürel bir yapıdır (Bourdieu ve Wacquant, 2003). Bununla birlikte, heyecan ve sosyalleşme altında, spora katılımı, sporda temsili ve fırsat eşitliğini şekillendiren ve etkileyen karmaşık bir toplumsal cinsiyet dinamikleri etkileşimi barındırmaktadır.

Spor, cinsiyetler arası eşitsizliklerin var olduğu ve özellikle erkeklerin hâkim oldukları spor alanlarında kadınların erkeklere göre hala dezavantajlı konumda olduğu bir alandır (Öztürk, 2017). Geleneksel toplumsal cinsiyet stereotipleri sporu genellikle erkeklerin alanı olarak tasvir etmiş ve kadınların fiziksel olarak erkekler kadar yetenekli veya rekabetçi olmadığı fikrini pekiştirmiştir. Sonuç olarak, kadınların spora katılımı sınırlı kalmış, kadınlar genellikle spor dünyasında daha az görünür olmakla birlikte, mevcudiyetleri daha az prestijli rollere indirgenmiştir.

Spor şemsiyesi altında eşitsizliğin belirgin olarak gözlemlendiği alanlardan biri de taraftarlık alanıdır. Sosyal bilimlerde taraftarlık olgusu farklı disiplinlerdeki araştırmacılar tarafından ilgi çekici bulunmuş ve araştırma konusu olmuştur. En popüler ve en büyük pazar payına sahip spor ise futboldur. Futbolun bu baskın özelliklerinden dolayı taraftarlık çalışmaları futbol odaklı olarak yürütülmektedir. Futbol kültürünün şiddet içeriyor olması ve bu şiddetin merkezinde de erkeklerin bulunması, çalışmaların erkek taraftarların deneyimlerinin mercek altına alınmasını sağlamaktadır (Saz, 2013). Bu durum kadın taraftarların deneyimlerinin göz ardı edilmesi anlamına gelmektedir. Kadınlar, spor izleyicileri pazarının önemli bir bölümünü oluştursalar da erkeklerin alanı olarak nitelendirilen taraftarlık kültüründe hala görünmez konuma sahiptirler.

Toplumsal cinsiyet bakış açısıyla kadın taraftarların deneyimlerini merkeze alan çalışmalarda artış olsa da (Jones, 2008; Pope, 2011), yapılan araştırmaların çoğu, taraftarlık deneyimlerini toplumsal cinsiyet perspektifinden ortaya koymada yetersiz kalmaktadır.

Ayrıca, çalışmalar incelendiğinde, çoğunluğunun Avrupa'da özellikle de Birleşik Krallık'ta yapıldığı görülmektedir (Pope, 2011). Örneğin Pope ve Williams'ın 2011 de Birleşik Krallık'ta yaptıkları çalışmada, kadın taraftarları çevreleyen karmaşık konuları daha iyi anlayabilmek için, onların deneyimleri, geçmişleri ve bakış açıları hakkında çok daha zengin verilere ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir. Bir diğer çalışmada ise, kadın taraftarlık çalışmalarında, onların kimlik ve özelliklerinin incelenmesine büyük önem verilmesi gerektiği öne sürülmüştür (Ridinger ve James, 2002). Ancak, Türkiye'de ve farklı kültürlerde kadın taraftarların deneyimleri, cinsiyet ve sporla ilgili çeşitli bağlamlar nedeniyle önemli ölçüde değişiklik gösterebilmektedir. Bu bağlamda da çalışmanın, bu alanda önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

Kadın odaklı taraftarlık konulu araştırmaların eksikliğinin yanı sıra yapılan araştırmaların çoğu taraftarlık içerisindeki toplumsal cinsiyet düzenini ortaya koymakta yetersiz kalmaktadır. Çoğunlukla araştırmalar fanatik taraftarlara veya holiganizm konularına odaklanmaktadır (Tabuk, 2022). Özellikle ulusal araştırmalarda doğrudan kadın taraftarların deneyimlerine odaklanan araştırmalar oldukça sınırlıdır (Sarikulak ve Koca, 2019). Bu durum kadın deneyimlerini ortaya çıkarmak ve taraftarlık içerisindeki toplumsal cinsiyet düzenini anlamak için kadın taraftarları merkeze alan araştırmaları değerli kılmaktadır.

Öte yandan, ulusal düzeyde futbol dışında taraftarlık çalışmalarına çok az rastlanmaktadır. Yapılan çalışmalarda ise taraftarlar tüketici konumuna indirgenmiş veya onların motive olma şekillerine odaklanılmıştır. Özellikle de futbol, televizyon, sponsorluk ve reklamın oluşturduğu tüketim aracına dönüştürülerek, taraftarlar tüketici konumuna çekilmiştir (Talimciler, 2016). Uluslararası alan yazısında ise çeşitli sporların taraftarlık özelinde çalışmalar bulunmaktadır. Bu sporlardan birisi basketbol olmasına rağmen, toplumsal cinsiyet bakış açısıyla taraftarlık çalışmalarına oldukça az rastlanmaktadır (Sveinson ve Hoeber, 2016).

Hegemonik erkeklik, spor taraftarlığının sadece erkeklere özgü bir alan olduğunu ve kadınların ikincil olduğunu öne sürmektedir (Hoeber ve Kerwin, 2013). Oysa kadınların profesyonel spor seyircisi pazarının önemli bir bölümünü oluşturduğu açıktır. Bu bağlamda spor taraftarlığı hegemonik erkekliğin tanımı ve derecesi ile ilgili bilgimizde bir boşluk vardır. Ayrıca, hegemonik erkekliğin kadınlar tarafından nasıl deneyimlendiğine dair çok az araştırma bulunmaktadır (Sarikulak ve Koca, 2019). Hal böyle olunca, hegemonik erkekliğin kadın spor taraftar deneyimindeki rolünü incelemek önem arz etmektedir.

Spor alanındaki araştırmaları hegemonik erkekliği çoğunlukla, sporcuların cinsiyetlendirilmiş simbolizmini ve spor takımlarının cinsiyetlendirilmiş kùltürünü inceledikleri kısıtlı düzeyde ele almıştır. Bu araştırmalar erkek egemen spor görüşünün istikrarını vurgular (Kimmel ve Messner, 1992; Whisenant ve ark., 2002). Örneğin, Palmer ve Thompson'ın (2007) bir Avustralya futbol kulübünün belirli bir erkek taraftar grubuyla ilgili çalışması, aşırı içki içme, cinsiyetçilik, ırkçılık, homofobi ve saldırgan davranışla tanımlanan yerel bir hegemonik erkeklik versiyonunu resmetmiştir. Jones (2008) ayrıca yaptığı çalışmada İngiliz erkek futbolunun erkek taraftarlarının çoğunun cinsiyetçi ve homofobik davranışlar sergilediğini bulmuştur. Yapılan son araştırmalar, hegemonik erkekliğin spor taraftarı bağlamında da var olduğunu öne sürmüştür (Palmer ve Thompson, 2007). Fakat hegemonik erkekliğin bu bağlamda kadınlar tarafından nasıl deneyimlendiğine dair çok az araştırma bulunmaktadır.

Connell ve Messerschmidt (2005) hegemonik erkekliği yeniden kavramsallaştırmalarında “tabi ve marjinalleştirilmiş grupların eylemci tanıma” ihtiyacının önemli olduğunu vurgularlar. Tanım doğrultusunda, spor taraftarlığının erkek egemen bir etkinlik olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte, kadınların kendilerini tanımladıklarını ve dolayısıyla spor taraftarı etiketini aldıkları gözlemlenmektedir. Bu nedenle, geleneksel olarak erkek egemen spor taraftarlığı alanında kadınların deneyimlerini keşfetmek, spor taraftarlığının çağdaş tanımına ilişkin bilgilerimize katkıda bulunacaktır. Bununla birlikte, kadın spor taraftarı araştırmaları son yıllarda ivme kazanmış olsa da (Farrell, Fink ve Fields, 2011; Osborne ve Coombs, 2013; Pope, 2011, 2013; Sveinson ve Hoeber, 2015) bu araştırmaların çoğu, spor taraftarlarının deneyimlediği marjinalleşmeye odaklanmakta (Crawford ve Gosling, 2004; Jones, 2008; Sherlock ve Elsdén, 2000), güçlendirme deneyimlerine çok az önem vermektedir. Bu bağlamda çalışmada, kadınların sporun farklı alanlardaki temsiliyeti göz önüne alındığında, oldukça sınırlı katılımının olduğu taraftarlık olgusuna odaklanılmaktadır. Mevcut araştırma toplumsal cinsiyetlendirilmiş yapısıyla meşhur iki spor dalı olan futbol ve basketbolda kadınların taraftarlık deneyimlerini anlamayı amaçlamaktadır. Bu alanda benzer bir çalışma literatürde bulunmadığı için, bu araştırmanın özellikle futbol ve basketbol taraftarlarının erkek egemen niteliklerini ortaya çıkararak ve fark edilen unsurları belirleyerek alana ışık tutacağı düşünölmektedir.

4. GENEL BİLGİLER

Bu bölümde, kadın taraftarlarının toplumsal cinsiyet bakış açısıyla taraftarlık deneyimlerini analizi için kullandığım kuramsal ve kavramsal çerçevede yer alan kavramları üç ana başlık altında açıkladık. İlk bölümde toplumsal cinsiyet ve cinsiyet kavramlarını ele alarak kavramların spor alanındaki etkilerini ortaya koyduk. Ayrıca, toplumsal cinsiyet kavramının çalışmam kapsamında kadın taraftarlığı ile kesişim noktaları olan sosyalizasyon ve cinsiyet stereotipleri ile cinsiyet rollerini inceledik. İkinci bölümde, çalışmamın teorik çerçevesini oluşturduğum hegemonik erkeklik kavramını ve bu kavramın kadın taraftarlarının hegemonik erkeklik teorisiyle olan deneyimlerini inceledik. Son olarak, taraftarlık alanını literatürdeki alt başlıklarıyla birlikte kadın taraftarlık çalışmalarına odaklandık.

4.1. Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet

Yeni doğmuş bir bebek hakkında ilk aklımıza gelen sorun kız mı yoksa erkek mi olduğudur. Veya resmi bir formda cinsiyet belirtmeleri istendiğinde, erkek ya da kadın kutucuğunu işaretleriz. Benzer şekilde, cinsiyetimiz sorulduğunda iki seçenekten birini belirtiriz. Cinsiyet, kadın veya erkeğin doğarken elde ettiği biyolojik ve fizyolojik farklılıkları üzerine temellendirilmiş bir kavramdır. Toplumsal cinsiyet ise, kadın ve erkeğin kültürel olarak inşa edilmiş rol, tutum ve davranış farklılıkları bulunduğunu öne sürer ve bu farklılıkların doğuştan kazanılmadığını, toplumsal bir yapı olduğunu vurgular. Oakley (1972) toplumsal cinsiyetin kültür meselesi olduğunu ve eril veya dişil olarak yapılan sosyal sınıflandırmayı ifade ettiğini söyler (Oakley, 1972, 16). Pek çok feminist cinsiyet/toplumsal cinsiyet ayrımını desteklemiştir. Bu ayrımın temel feminist motivasyonu, biyolojik determinizme veya biyolojik kader olduğu görüşüne karşı çıkmaktır.

Biyolojik determinist görüşü, Geddes ve Thompson'ın (1889) sosyal, psikolojik ve davranışsal özelliklerin metabolik durumdan kaynaklandığı görüşüne dayanmaktadır. Geddes ve Thompson (1889) göre, kadınların sözde enerji tasarrufu yaptıkları (anabolik oldukları için) ve bu da onları pasif, muhafazakâr, uyuşuk, istikrarlı ve politikaya ilgisiz kıldığı, erkeklerin ise fazla enerjilerini (katabolik olarak) harcadıklarını ve bu da onları istekli, enerjik, tutkulu, değişken, dolayısıyla politik ve sosyal konulara meraklı kıldığı yönündedir. Metabolik durumlarla ilgili bu biyolojik gerçekler, yalnızca kadınlar ve erkekler arasındaki davranışsal farklılıkları açıklamak için değil, aynı zamanda sosyal ve politik düzenlemelerimizin ne olması gerektiğini haklı çıkarmak için de kullanılmıştır.

Örneğin kadınlara siyasi haklar vermek uygunsuz olur, çünkü onlar bu haklara sahip olmaya uygun değildir; aynı zamanda kadınlar (biyolojileri nedeniyle) siyasi haklarını kullanmakla ilgilenmeyecekleri için de faydasız olacaktır. Bu tür biyolojik determinizme karşı çıkmak için feministler, davranışsal ve psikolojik farklılıkların biyolojik değil, toplumsal nedenlere sahip olduğunu savundular.

Feminist teorisyenler biyolojik farklılıkların sosyal/psikolojik olarak farklılık gösterebileceğini ve diğerleri hakkında konuşmak için *toplumsal cinsiyet* terimini benimsemişlerdir. İlk olarak Psikolog Robert Stoller (1968), bazı insanların neden kendilerini “yanlış bedende sıkışıp kalmış” hissettiklerini açıklamak için biyolojik özellikleri belirtmek için *cinsiyet* terimini ve biyolojik özellikleri ölçmek için de *toplumsal cinsiyet* terimini kullanmaya başladı. Transseksüellerin biyolojik cinsiyeti ve sergiledikleri cinsiyetleri hiçbir şekilde örtüşmediğinden ötürü, cinsiyet ve toplumsal cinsiyet terimlerinin ayrılması Stoller'in transseksüellik olgusunu açıklamasına olanak sağladı.

Stoller gibi psikologların yanı sıra feministler de cinsiyet ve toplumsal cinsiyeti ayırmanın faydalı olduğunu düşünmüşlerdir. Bu onların, kadınlarla erkekler arasındaki pek çok farklılığın toplumsal olarak üretildiğini ve dolayısıyla değişebileceğini iddia etmelerini sağladı. Gayle Rubin “cinsiyet/toplumsal cinsiyet sistemi” ifadesini, insan cinsiyetinin ve üremesinin biyolojik ham maddesinin, insanın toplumsal müdahalesiyle şekillenen bir dizi düzenlemeyi tanımlamak için kullandı (1975, 165). Rubin ayrıca bu sistemi, toplumsal cinsiyeti “toplumsal olarak dayatılan cinsiyet ayrımı” (1975, 179) olarak tanımlayarak, “toplumsal yaşamın kadınlara yönelik baskının odağı olan kısmını” (1975, 159) ifade etmek için yararlandı. Rubin'in düşüncesi, biyolojik farklılıklar sabit olsa da toplumsal cinsiyet farklılıklarının kadınların ve erkeklerin nasıl davranması gerektiğini belirleyen sosyal müdahalelerin baskıcı sonuçları olduğu yönündeydi. Araştırmasında, kadınların *kadın oldukları için ve kadın olmak zorunda kaldıkları için* ezildiklerini vurguladı (Rubin 1975, 204).

Rubin'inki gibi bazı eski yorumlarda cinsiyet ve toplumsal cinsiyetin birbirini tamamladığı düşünülmüştür. “Toplumsal cinsiyet, cinsiyetin sosyal yorumudur” sloganı bu görüşü yansıtmaktadır. Nicholson bunu toplumsal cinsiyetin “portmanto görüşü” olarak adlandırır ve bu görüşe göre “cinsiyetli bedenlerimiz portmanto gibidir ve toplumsal cinsiyetin üzerine inşa edildiği alanı sağlar” (1994, 81). Erkeklik ve kadınlık olarak tasarlanan toplumsal cinsiyet, her toplum cinsiyetli bedenlere erkeklerin ve kadınların nasıl davranması gerektiğine dair kültürel anlayışlarını dayattıkça, cinsiyetin *portmanto* üzerine bindirilir.

Bu da toplumsal olarak cinsiyet farklılıklarını ya da bir kişinin kadınlık/erkeklik miktarını, cinsiyetli bedenlerimiz üzerine inşa etmektedir. Yani bu yoruma göre, tüm insanlar ya erkek ya da dişidir ve cinsiyetleri sabittir. Ancak kültürler, cinsiyetli bedenleri farklı yorumlamakta ve bu bedenlere farklı normlar yansıtarak kadınsı ve erkeksi kişiler yaratmaktadır. Bununla birlikte, cinsiyet ve toplumsal cinsiyeti birbirinden ayırmak, aynı zamanda bu ikisinin birbirinden ayrılmasını da sağlar (Haslanger, 2012).

1960'lerden önce, cinsiyet ve toplumsal cinsiyet arasında keskin bir ayrım yapılmamaktaydı. 1960'lar itibariyle cinsiyet kavramı, seksoloji ve psikanalizde erkek ve kadının sosyal rollerini tanımlamak için kullanılmaya başlandığında, Robert Stoller (1968) cinsiyetin biyolojik olarak belirlenmesine rağmen, cinsiyet kimliğinin psikolojik ve sosyal etkilerin ürünü olduğunu savundu. Cinsiyet, kadın ve erkek arasındaki farklılıklar biyolojik temeli olsa da sosyal ve kültürel bir yapıya sahip olması nedeniyle, cinsiyet kavramının biyolojik cinsiyet ve kültürel cinsiyet olarak ayrılması gerektiğini vurgular. 1960'ların sonunda kadın çalışmalarının ortaya çıkışıyla birlikte, biyolojik cinsiyet ile toplumsal olarak inşa edilmiş cinsiyet arasındaki bu ayrım, biyolojik determinizmi reddetmek ve kadın ve erkeklerin eşit bir gelecek tasavvur etmek için entelektüel bir temel sağladı. Cinsiyet kaçınılmaz olsa da toplumsal cinsiyet şekillendirilebilir bir yapıya sahipti. Böylece toplumsal cinsiyet, bugün de koruduğu radikal politik ve entelektüel çağrışımları üstlendi (Curthoys, 2005).

1980'lerde meydana gelen değişimler cinsiyet ve toplumsal cinsiyet anlayışlarının farklılaşmasına vesile oldu. Bunlardan biri, psikanalitik teorinin doğası gereği erkeksi olduğu yönündeki daha önceki feminist şüphelerin yıkılması ve spesifik olarak feminist bir psikanalitik teori yapısının geliştirilmesiydi. Sigmund Freud ve diğer kuramcılar tarafından türetilen yaklaşımlar popüler hale geldi ve bu yaklaşımlar, kadın/erkek farkının hem bireysel hem de kültürel bir olgu olarak teorileştirilmesi sağladı. Öte yandan, ırk ve etnik köken konularında artan endişeler gittikçe artmaktaydı. Bu yıllarda toplumsal cinsiyet kavramı, farklı etnik ve ırksal gruplara dahil olan kadınlar tarafından giderek daha fazla sorgulanmaya başlandı. ırk ve etnik kökene yapılan vurgu, on yıl önce sınıf adına yapılan bir sınav olan cinsiyetin önemini daha da fazla sorgulanır hale getirdi (Nash, 2008).

Değişimin bir başka kaynağı da postyapısalcı teorinin ortaya çıkışıyla meydana geldi. Postyapısalcıların bedenin söylemsel inşalarına yaptığı vurgu, cinsiyet ve toplumsal cinsiyet ayrımının sona ermesi ya da en azından zayıflaması anlamına geliyordu. Postyapısalcı teorisyenler, erkek ve kadın bedenini ayrı veya karşıt varlıklar olarak görülmesinin gerekmediğini savundular.

Ancak Judith Butler'ın (1990) çalışmasıyla birlikte toplumsal cinsiyet kavramı yeniden ele alındı. Butler'a göre cinsiyet, doğal ve sabit değildir, performatif bir yapıya sahiptir. Toplumsal cinsiyet öznelliği, tek bir ataerkil ideolojiden ziyade bir dizi rakip söylem içerisinde ortaya çıkar ve cinsiyet ilişkilerini içeren bir süreçtir (Butler, 1990).

Ann Oakley, toplumsal cinsiyet ve cinsiyet arasındaki farklılıkları geniş bir perspektifte ele almıştır. Oakley'ye göre toplumsal cinsiyet kavramı ister bireysel farklılıklar olsun ister toplumsal roller ya da kültürel temsiller olsun, erkekler ve kadınlar arasındaki tüm yerleşik farklılıkları kapsar, cinsiyet ise kadın ve erkek arasındaki biyolojik, fizyolojik ve anatomik farklılıkları içerir. Toplumsal cinsiyet, kadınların ve erkeklerin kültürel normları ve değerleri tarafından belirlenir. Ayrıca Oakley, toplumsal cinsiyetteki güç ilişkilerinde iktidarın bireyler arasındaki rolleri belirlemedeki etkisinde anlamın önemli olduğunu belirtir. Bu perspektif, cinsiyetin sadece biyolojik bir olgu olmadığını, aynı zamanda sosyal, kültürel ve politik bir olgu olduğunu öne sürer. Ek olarak toplumsal cinsiyet kavramının değişkenliğine ve toplumsal olarak belirlenebilirliğine vurgu yapar (Oakley, 1972).

Yirminci yüzyıla damga vuran Fransız filozof, aktivisit ve feminist yazarlarında olan Simone de Beauvoir, feminist felsefedeki çığır açan çalışması *İkinci Cinsiyet* (1949) adlı kitabında, kadınların doğası gereği eksik veya yetersiz olmadığını, toplumsal yapılar tarafından yetersiz veya eksik konumlandırıldığını iddia ederek, cinsiyetle ilgili çığır açan bir argüman sunar (Chaperon, 2022). Varoluşçuluğun önemli isimlerinden olan Beauvoir, kadınların belirli bir cinsiyetle doğmadığını, sosyalleşme ve kültürel normlar yoluyla kadın olunduğunu vurgular. Ayrıca, Beauvoir toplum tarafında kadınlara dayatılan geleneksel rollere meydan okur ve kadınları ikincil bir pozisyona iten baskıcı yapıların varlığını da gözler önüne serer. Kitabındaki en ünlü sözü “kadın doğulmaz, kadın olunur”, feminist teorisyenlerin cinsiyet ve toplumsal cinsiyetin doğası hakkında düşünmelerine yol açar ve konu hakkında derinlemesine incelemeleri için ilham verir.

Butler, *Cinsiyet Belası* (1999) çalışmasında ise cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramlarını yeniden ele alır. Butler, cinsiyetin doğal veya sabit olmadığını, bunun yerine kültürel ve toplumsal normlar tarafından belirlendiğini savunur. Onun bakış açısına göre, cinsiyet bir performanstır ve sürekli olarak tekrarlanır. Cinsiyetin biyolojik bir gerçeklik değil, toplumsal bir yapı olduğunu vurgulayarak, toplumsal cinsiyetin kurumsallaşmış normlar ve beklentiler tarafından nasıl şekillendirildiğini anlamamıza yardımcı olur (Butler, 1999).

Butler, kimlik politikalarına ve toplumsal cinsiyet performansına karşı çıkmanın yanı sıra, *biyolojik* cinsiyeti *toplumsal* cinsiyetten ayırmanın anlaşılabilir olduğunu savunur.

Öte yandan Butler, doğa/kültür, biyoloji/inşaat ve cinsiyet/toplumsal cinsiyet arasında savunulabilir bir ayrım olmadığını iddia eden tek kişi değildir (Antony, 1998; Grosz, 1994; Prokhovnik, 2012). Butler'a göre, cinsiyetin sosyal bir yapı olduğu fikri, cinsiyetlendirilmiş bedenlerimizin de edimsel olduğu ve dolayısıyla "gerçekliklerini oluşturan çeşitli eylemler dışında ontolojik bir statüye sahip olmadığı" görüşüne dayanır (1999, 173). Butler toplumsal cinsiyetin bedenler üzerine inşa edildiği ve bu insanın cinsiyetlendirme süreçlerine bağlı olduğu fikrini vurgular (1993). Butler'ın perspektifine göre, toplumsal cinsiyet, fiziksel bedenlerin varoluşuna bağlıdır ve bu bedenler üzerindeki cinsiyetlendirme faaliyetleri sona erdiğinde toplumsal cinsiyet de sona erecektir. Yani cinsiyet kavramı toplumsal yapılar ve kültürel normlar tarafından belirlenen bir olgudur ve bu normlar, fiziksel bedenler üzerinde şekillenir. Butler'a göre, toplumsal cinsiyetin kültürel anlayışları, cinsiyetlerin inşa edildiği üretim sürecinin bir parçasıdır ve bu süreç, cinsiyet rollerini ve normlarını belirler. Bu nedenle bedenlerin üzerine inşa edilen toplumsal cinsiyet, aslında kendisi tarafından inşa edilir ve sürdürülür (Butler, 1999).

Butler'la aynı görüşte olmayan teorisyenler de yok değildir. Örneğin Stone'a (2007) göre, Butler'ın cinsiyet hakkındaki iddiaları, aslında toplumsal cinsiyet normlarını ima etmektedir ve cinsiyetin her zaman toplumsal cinsiyet olduğu iddiasını desteklememektedir. Stone'a göre, cinsiyet özelliklerine ilişkin iddiaların, aslında kadınlar ve erkeklerin belirli davranışlarının beklentilerini içerdiğini ve bu nedenle toplumsal cinsiyet normlarını yansıttığını ileri sürer. Dolayısıyla, cinsiyete ilişkin iddialar, sadece fiziksel gerçeklikleri ifade etmekten ziyade, toplumsal cinsiyet normlarını ve beklentilerini yansıtmaktadır (Stone, 2007).

Bazı feminist düşünürler, cinsiyet/toplumsal cinsiyet ayrımının sakıncalı olduğunu savunur. Bu ayrımın kadınların ezilmesini meşrulaştıran ve cinsiyetçi düşünceleri yansıtan bir düalistik yapıyı yansıttığı düşünülür. Örneğin, zihin/beden, kültür/doğa ve akıl/duygu gibi ayrımlar, erkek merkezli karşıtlıkları yansıtmakta ve kadınları değersizleştirmektedir (Grosz, 1994; Prokhovnik, 2012). Bu tür karşıtlıklarda bir tarafın diğerinden üstün olduğu ve genellikle kadınlarla ilişkilendirilen terimlerin değersizleştirildiği düşünülmektedir (Lloyd, 2002). Örneğin, insanın öznelliği ve failliği zihinle özdeşleştirilir, ancak kadınlar genellikle bedenleriyle özdeşleştirildiği için insan öznesi ve faili olarak değersizleştirilir. Zihin ve beden arasındaki zıtlığı aynı zamanda akıl/duygu, kültür/doğa, rasyonel/irrasyonel gibi diğer ayrımlarla da eşleştirdiği söylenir; burada her ayrımın bir tarafı değersizleştirilir (kişinin fiziksel özelliklerine genellikle zihninden daha az değer verilir) ve kadınlar değersizleştirilen terimlerle ilişkilendirilir.

Kadınların fiziksel özelliklere ve mantıksız, duygusal vb. oldukları varsayılır. Bunun da zihin ve beden arasındaki karşıtlığın, kadın ve erkek arasındaki karşıtlığın haritasını çıkardığı düşünülür (Mikkola, 2008).

Ayrıca Moi (1999), belirli teorik hedefler göz önüne alındığında, cinsiyet/toplumsal cinsiyet ayrımının faydasız olduğunu ileri sürmüştür. Moi'ye göre bu ayrımın biyolojik determinizme karşı çıkarak işe yaradığı kabul edilebilir, ancak kadın veya erkek olmanın ne anlama geldiğini anlamak için somut, tarihsel bir anlayışa ulaşmanın daha faydalı olduğunu ileri sürer. Yani 1960'lardaki bu ayrım, cinsiyetin herhangi bir kültürel veya tarihsel boyutu olmaksızın biyoloji tarafından belirlendiği anlamına gelir. Ancak bu anlayış, cinsiyeti toplumsal cinsiyetten ayırarak ve kadınlığın cinsiyetle ilgili olduğu konusunda ısrar ederek, kadınlığın (ve erkekliğin) yönleri olarak deneyimleri ve somutlaşmayı görmezden gelir. Aksine, kadın (veya erkek) olmanın ne anlama geldiğini anlayabilmek için daha derinlemesine bir bakış gerekli olduğunu vurgular (Moi, 1999).

Bugün geldiğimiz noktada, her ne kadar çağdaş feminist felsefi tartışmalar 1960'lardaki orijinal cinsiyet/toplumsal cinsiyet ayrımının bazı ilkelerini ve ayrıntılarını sorgulamış olsa da çoğu hala toplumsal cinsiyetin sosyal faktörlerle ilgili olduğu ve bir bakıma biyolojik cinsiyetten farklı olduğu görüşünü savunmaktadır.

4.2. Toplumsal cinsiyet ve spor

Tarih boyunca insanlar, eğlence, ibadet ve siyasi istikrar gibi birçok nedenlerde dolayı spor yapmışlardır (Baker, 1988). Örneğin Eski Sümerler ve Mısırlılar kendilerini savaşa hazırlamak için spor yapıyorlardı. Sporun aynı zamanda önemli dini ve sosyal anlamlara sahip olduğu eski Yunanlılar ve Romalılar'da önemli pratikler olan spor ve savaş iç içe geçmiştir. Aynı zamanda Klasik Yunan'da atletik yarışmalar, mükemmeliyetin geliştirilmesi ve gösterilmesi için bir arena sağlıyordu. Spor yoluyla mükemmeliyet arayışı, bedende ve zihinde mükemmeliyet arayışının toplumun temel birleştirici faaliyetlerinden biri olarak hizmet ettiği Helenistik kültürde de önemli bir rol oynamıştır (Lunt ve Dyreson, 2014). Benzer şekilde Maya uygarlığında top oyunları, yerel çeşitlilikten kaynaklanan farklılıkları ve çatışmaları önemsizleştirirken, ortak bir bağ sağlamak gibi dini, sosyal ve politik amaçlara hizmet ediyordu (Fox, 2012).

Çağlardan beri spor, toplumsal değerlerin şekillendirilmesinde ve yansıtılmasında önemli bir rol oynar ve sosyal yaşamın çeşitli yönlerini etkiler. Spor, toplumlar üzerindeki güçlü etkisinden dolayı toplumsal cinsiyet eşitliği açısından da önem arz etmektedir.

Bundan dolayı toplumsal cinsiyet ve sporla ilgili literatür oldukça zengin ve çok yönlü, sosyoloji, psikoloji, kültürel çalışmalar ve kamu politikası ile karışık bir dizi konuyu kapsar. Biz de bu bölümde konumuzun ekseninde var olan spor yoluyla sosyalleşme, cinsiyet stereotipleri ve cinsiyet rollerine yer verdik.

4.2.1. Sosyalizasyon ve cinsiyet stereotipleri

Doğum anından itibaren devam eden sosyalleşme süreci, herkesin toplum içinde yaşamasını sağlayan bir yapıdır. Sosyalleşme, bireylerin kendi toplumlarına katılmaları için gerekli olan değerleri, normları, gelenekleri, davranışları öğrendikleri ve aynı zamanda içselleştirdikleri yaşam boyu devam eden bir süreçtir (Coakley, 1993). Bizler, çocukluktan itibaren sosyal dünyada uygun davranış bilgi ve becerileri edinerek toplumun tam teşekküllü üyeleri haline geliriz. Bu süreç karmaşık ve çok yönlüdür.

Öte yandan, Giddens'e göre sosyalleşme, belirli bir sosyal ortamda sosyal etkileşimlere katılma ve sosyal ilişkiler kurma eylemini içerir. Sosyalleşme süreci, bireylerin kendilerini çevreleyen sosyal yapılar tarafından şekillendiği ve şekillendirdiği sosyalleşmenin dinamik ve karşılıklı bir yapıdır. Ayrıca Giddens, sosyal yapıların hem sosyal uygulamaların ortamı hem de sonucu olduğunu, sosyalleşmenin bu yapılardan etkilendiğini, fakat bireylerin de onları değiştirme yetkisi olduğunu vurgular. Tek yönlü olmayan, bireyin ve toplumun karşılıklı bir alışveriş halinde olduğu bu süreç, normların ve inançların öğrenilmesine destek sağlamaktadır (Giddens, 2012). Ayrıca sosyalleşme, kültürün bir nesilden diğerine aktarılmasında ve kültürel sürekliliğin sağlanmasında da birincil araçtır. Sosyalleşme en geniş anlamıyla bir sosyal sistemin zaman içinde devamlılığını sağlama çabası olarak da tanımlanabilir (Bengtson ve Black, 1973).

Sosyalleşme, bireylerin toplumun bir parçası olmayı öğrendikleri, sosyal etkileşim ve kişisel gelişim için gerekli değerleri, normları ve becerileri geliştirdikleri temel süreçtir. Bu öğrenme süreci erken çocukluk döneminde başlar ve yaşam boyunca devam eder. Bireyler bu süreçte aile, iş arkadaşı, okullar ve medya gibi çeşitli sosyalleşme ajanları aracılığıyla normları ve değerleri öğrenir. (Tatar, 2022). Bu ajanlar, sosyal etkileşimler, öğretiler ve gözlemler aracılığıyla kültürel normları ve değerleri iletir ve bireylerin toplumsal beklentileri anlayışını şekillendirir. Hem psikologlar hem de sosyologlar, çeşitli sosyalleşme ajanları tarafından iki cinsiyete iletilen mesajların içeriğine dikkat çekmişlerdir (Maccoby ve Jacklin, 1974; Block, 1976; Marini, 1978; Huston, 1983; Marini ve Brinton, 1984). Araştırmalar, çiftlerin erkek ve kız çocuklarına farklı davrandıklarını ve cinsiyete özgü belirli rol ve davranışları modellediklerini göstermiştir. Sosyalleşme yoluyla toplumsal cinsiyet rolleri, okullardaki

öğretim materyalleri, rol modellerin, öğretmenlerin ve danışmanların farklı davranışları ve meslektaşlarla olan etkileşim aracılığıyla meydana gelir.

Sosyalleşme sürecinde, bireyler sadece sosyal olarak öngörülen davranışları öğrenmekle kalmaz, aynı zamanda mevcut cinsiyet ayrımcılığını ve katmanlarını desteklemeyen cinsel stereotipilerini de içine alırlar (Deaux ve ark., 1985; Signorella, Bigler ve Liben, 1993; Hamilton ve Sherman, 2014). Bir toplumda, yaşam boyu sosyalleşme ve dağıtım süreçleri yoluyla bireyler, cinsiyet rollerini ve farklı davranışları sürdüren cinsiyete özgü davranışları, tutumları ve davranışsal özellikleri benimser. Sosyal ve gelişimsel psikologlar, cinsiyet rolü sosyalleşmesine ilişkin teoriler geliştirmişlerdir ve bu teoriler öncelikle cinsiyete özgü davranışın öğrenildiğini varsaydıkları mekanizma açısından farklılık göstermektedir. Dört ana teori türü vardır: sosyal öğrenme teorileri, bilişsel gelişim teorileri, bilgi işleme teorileri ve özdeşleşme teorileri (Huston, 1983). Bireylerin cinsiyete uygun davranışları, öğrenme süreci farklı şekillerde gerçekleşse de öğrenilenlerin içeriği, cinsiyetin bireyin yaşadığı toplumdaki davranışlarla ilişkilendirilmesine bağlıdır. Bu süreçte toplumsal cinsiyet rollerini yerine getirme yolları da aktarılır ve toplumsal cinsiyet sosyal olarak inşa edilir (Lorber, 2018). Sosyalleşme yolları ve bu yollarla aktarılanlar içinde yer aldıkları kültürel ve sosyal bağlamlar tarafından koşullandırılır. Gawlicz, toplumsal cinsiyeti şekillendiren süreçlerin kadın ve erkeklerin (veya kız ve erkek çocukların) davranışlarına ilişkin normları belirleyen ve bireyleri düşünce ve davranışlarında sınırlayan güçlü bir kuvvet oluşturan egemen söylemler tarafından belirlenen bir bağlamda gerçekleştiğine işaret etmiştir (Gawlicz, 2009). İnsan, toplumsal cinsiyeti tanımayı sağlayan becerilerle doğmaz, ancak bunları sosyalleşme sürecinde edinir. Çocuk doğumdan itibaren cinsiyetinin farkında olmasa da ebeveynleri ona doğumdan önce belirli özellikler kazandırır ve kız ya da erkek çocuklar için tipik özellikler atfeder (Brannon, 2002; Gelman ve ark., 2004). Brannon'un (2002) belirttiği gibi, çocuk yaşamının ilk aylarında kadın ve erkek yüzlerini tanımaya başlar, ancak aralarındaki cinsiyet farkını çoğunlukla saç uzunluğu temelinde fark edilebilir. "Ancak çocuklar konuşmaya başladıklarında, cinsiyete işaret eden kelimeleri hızla bir şekilde öğrenirler" (Brannon, 2002: 199). İki yaş civarında çocuk cinsiyet etiketlerini doğru bir şekilde kullanır. Brannon, ebeveynleri toplumsal cinsiyete önem veren çocuklarda bu becerinin çok daha hızlı geliştiğini ve kendilerinin de genellikle her bir cinsiyete atfedilen geleneksel/kalıplaşmış tutumları sergilediklerini vurgulamaktadır (Brannon, 2002). Çocuklar, başta ebeveynleri olmak üzere yakınlarını gözlemleyerek hangi davranışların kendilerine, hangilerinin karşı cinse uygun olduğunu öğrenirler (Bem, 1983). Mandel, doğumdan sonraki 24 saat içinde ebeveynlerin çocuğu tanımlama biçimlerinin

cinsiyetine göre farklılaştığını, ayrıca kız çocuklarının erkek çocuklarına göre daha narin, zayıf ve daha az hareketli olarak değerlendirildiğini vurgular (Mandal, 2004). Çocuk için bir isim ya da kıyafet rengi seçilmesi de cinsiyete bağlıdır. Ebeveynler çocuklarına kız ya da erkek olmasına göre farklı şekilde davranır, onlara farklı gereksinimler verir, onlardan farklı davranışlar beklerler. Yaş ilerledikçe de kız ve erkek çocuklara farklı oyunlar, ilgi alanları ya da edebiyat sunulur (Jenkins, 1998). Küçük çocuklar için okunan peri masalları sıklıkla basmakalıp bir cinsiyet imgesi içerir. Çocuk edebiyatındaki karakterler çoğunlukla erkektir. Bu figürler, yaratıcı, cesaretli, azimli, başarılı, sportif gibi *tipik erkeksi* özelliklerle karakterize edilir (Goethals ve Allison, 2012) ve çok daha zeki ve aktif karakterlerdir. Bununla birlikte, kadın ve erkek toplumsal cinsiyet normları, toplumsal cinsiyete dayalı davranışın kadınların ikincilleştirilmesine karşılık gelmesi ve bunu güçlendirmesi nedeniyle sorundur; böylece kadınlar ikincil toplumsal rollerle sosyalleştirilir, pasif, cahil, uysal, erkekler için duygusal yardımcı olmayı öğretilir (Millet 1971, 26).

Toplumsal cinsiyet kalıp yargıları, insanların cinsiyetlerinin nasıl farklı olduğuna veya farklı olması gerektiğine dair inançlarıdır. Bu kalıplaşmış inançlardan biri de cinsiyet stereotipleridir. Cinsiyet stereotipi, erkeklerin ve kadınların görünüşünü ayıran veya ayırt etmesi gereken belirli özelliklere ilişkin inançlar olarak tanımlanabilir ve sıklıkla fiziksel özelliklere, rol davranışlarına ve mesleklere atıfta bulunur (Johar ve ark., 2003; Leaper, 2015). Bazı kuralcı stereotipler bir araya gelerek toplumsal cinsiyet ideolojileri yaratır, bu ideolojiler kadınların ve erkeklerin neye benzediği veya nasıl davranmaları gerektiğine dair felsefeleri dayatır (Perry ve Pauletti, 2011). Cinsiyet stereotipleri ve ideolojileri güçlüdür ve bu yargıları, dikkat, hafıza, sosyal algı, sosyal davranış ve bireyin kendisinin ve başkalarının davranışlarına verdiği tepkileri, ilgi alanlarını, değerleri ve algılanan yetkinlikleri de dahil olmak üzere psikolojik işleyişin birçok yönünü etkiler (Ruble ve ark., 2007).

Sosyalleşme araçlarından olan medya yoluyla da toplumsal cinsiyet stereotipleri üretilmekte ve güçlendirilmektedir. Televizyon programlarına ilişkin analizlerde kızların görünüşlerine daha çok odaklandığı vurgulanmıştır (Baker ve Raney, 2007; Hentges ve Case; 2013), ayrıca erklere oranla daha çok görünüşlerine göre yargılandıklarını (Rousseau ve ark. 2018) ve cinselleştirilme olasılıklarının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur (McDade- Montez ve ark., 2017). Örneğin, Disney Channel, Nickelodeon ve Cartoon Network'teki programlarla ilgili bir araştırmada, kadın karakterlerin erkek karakterlere göre daha çekici olduğu, görünüşleriyle daha fazla ilgilendikleri ve görünüşleriyle ilgili yorum alma olasılıklarının daha yüksek olduğu ortaya konmuştur (Geding ve Signorielli, 2014).

Spor uygulamaları tarihsel olarak üretilmiş, sosyal olarak inşa edilmiş ve kültürel olarak toplumun güçlü gruplarının çıkarlarını ve ihtiyaçlarını karşılamak için tanımlanmıştır. Bu nedenle spor, toplumsal ilişkilerin kültürel bir temsilcisi olarak görülür ve cinsiyet, sınıf ve ırk ilişkileri de içerir (Knoppers ve McDonald, 2010, s:313). Bu bağlamda spor yoluyla sosyalleşme, kız ve erkek çocuklara küçük yaşlardan itibaren spora yönelik farklı beceri, değer ve tutumların öğretilme biçimlerini içerir. Bu sosyalleşme süreci mevcut toplumsal cinsiyet normlarını pekiştirir ve genellikle çeşitli spor faaliyetlerine cinsiyetler arası katılımı sınırlar (Hardin ve Greer, 2009). Cinsiyet sosyalleşmesi, cinsiyet normlarını ve beklentilerini güçlendirerek çocuğun spora katılımını önemli ölçüde etkiler. Araştırmalar, erkeklik ve kadınlık hakkındaki toplumsal inançların, çocukların katılmaya teşvik edildiği spor türlerini etkilediğini ve erkek egemen sporların sıklıkla erkeksi kabul edilen özelliklerle ilişkilendirildiğini göstermektedir (Klomsten, Marsh ve Skaalvik, 2005). Yakın zamanda yayınlanan bir makalede de erken yaştaki sosyalleşme kadınların gelişimleri boyunca spora katılımlarını etkilediği ileri sürülmüştür. Kızların genç yaşta bebeklerle, mutfak araç-gereçleriyle oynamaya yönlendirildiğini ve aslında kadınların, kadınsı, yumuşak ve pasif tonunu belirleyen pembe renginin bombardımanına tutulduğunu belirtiyor. Erkeklerde ise, en çok ilişkilendirilen rengin mavi olduğunu, ancak aynı zamanda büyüdüklerinde spor yapmaları, kamyonlarla oynamaları ve *erkeksi* şeyler yapmaları için de eğitildiklerini belirtiyor. Cinsiyet yanlılığı ve stereotipler, kızların katıldığı, devam ettiği ve başarılı olduğu fiziksel aktiviteleri ve aktivitenin türlerini sınırlamakta olduğunu vurgulamıştır (Mullins, 2015). Ayrıca ebeveynler, antrenörler ve akranlar gibi sosyalleştirici aktörlerin rollülerinde spora katılımı ilgili toplumsal cinsiyet stereotiplerinin sürdürülmesinde rol oynamaktadır (Eccles, Jacobs ve Harold, 1990). Diğer bir sosyalleşme aracı olan medyada toplumsal cinsiyet stereotiplerini sürdürmeyi desteklemektedir (Genner ve Süss, 2017). Örneğin Aslan ve Koca'nın kadın sporcuların yer aldığı haberleri inceledikleri çalışmada, mevcut haberlerin toplumsal cinsiyet kalıplarını destekler niteliktedir (Arslan ve Koca, 2006).

Sosyalleşme kavramı ve spor taraftarı üzerine de çalışmalar bulunmaktadır. Fakat araştırmalar kadınların spor taraftarı olarak ilgisinin ve sayısının artmasına rağmen çoğunlukla erkek taraftarlara yer verilmektedir. Kadın spor taraftarlarının sosyalleşmesi üzerine yapılan çalışmalar, erkeklerin akranlar, aile ve okulun etkisiyle daha çok sporla ilişkilendiğini, kadınların ise aile, akranlar ve toplumun etkisiyle sporla ilişkilendiğini göstermektedir (Farrell, Fink ve Fields, 2011).

4.2.2. Cinsiyet rolleri

Cinsiyet rolleri, bireylerin, grupların ve toplumların cinsiyetlerine ve her toplumun cinsiyete ilişkin değer ve inançlarına bağlı olarak bireylerden istenen beklentilere dayanmaktadır. Cinsiyet rolleri, bireylerin ve çevrelerinin etkileşiminin bir ürünüdür ve bireylere hangi davranışların hangi cinsiyet için uygun görüldüğüne dair ipuçları sağlar. Uygun cinsiyet rolleri, toplumun cinsiyetler arasındaki farklılıklara ilişkin düşüncelerine göre tanımlanır. Cinsiyet rolleri terimini anlamak için toplumsal cinsiyet teriminin üstünden geçmek fayda sağlayacaktır. Cinsiyet, bireylerin temel cinsel özellikleri tarafından belirlenen biyolojik bir kavramdır. Toplumsal cinsiyet insanların farklı cinsiyetlere atfettiği anlamları, değerleri ve özellikleri ifade eder. Oakley'e göre toplumsal cinsiyet, cinsiyetin biyolojik olarak erkek ve kadın olarak bölünmesine paraleldir, ancak erkeklik ve kadınlığın bölünmesini ve toplumsal olarak değerlendirilmesini içerir (Oakley, 1972). Başka bir deyişle toplumsal cinsiyet insanların birbirleriyle ve çevreleriyle etkileşimleri yoluyla sosyal olarak yarattıkları bir kavramdır, ancak büyük ölçüde erkekler ve kadınlar arasındaki biyolojik farklılıklara dayanır. İnsanlar toplumsal cinsiyet kavramını sosyal olarak yarattıkları için toplumsal cinsiyet sosyal bir inşa olarak adlandırılır. Toplumsal cinsiyetin sosyal inşası bireylerin, grupların ve toplumların bireylere yalnızca cinsiyetleri nedeniyle belirli özellikler, statüler veya değerler atfetmesidir, ancak bu atıfların toplumlar ve kültürler arasında farklılık göstermesi gerçeğiyle ortaya konmaktadır. Cinsiyet rolleri, kadın ve erkeklerin cinsiyetlerine göre üstlenmeleri beklenen rollerdir (Lopata, 2006). Geleneksel olarak birçok toplumda kadınlar erkeklerden daha anaçtır. Bu yüzden kadınsı cinsiyet rolüne ilişkin geleneksel görüş, kadınların tam zamanlı olarak ailesini ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmaktadır. Kamusal alanda işe girmek yerine ev işleriyle ilgilenmelidir. Öte yandan, erkeklerin geleneksel cinsiyet rollerine göre lider olmaları gerektiği yönünde bir geleneksel görüş hâkimdir. Geleneksel cinsiyet rollerine göre lider olarak adlandırılan erkeklere aynı zamanda ailenin reisi olma görevi de verilir. Erkek aileye finansal destek sağlar ve önemli aile kararları veren konumda olur. Bu görüşler birçok ülkede baskın olmaya devam ederken, cinsiyet rollerine ilişkin geleneksel inançlara alternatif bakış açıları yirmi birinci yüzyılda giderek artan bir destek kazanmaktadır.

Farklı disiplinler de toplumsal cinsiyet rollerine farklı bakış açıları sunmaktadır. Ekolojik bakış açısıyla cinsiyet rolleri, çevresel faktörler ile farklı türler arasında cinsiyet rollerinin evrimi arasındaki karmaşık bağlantıyı vurgular. Araştırmalar, hayvanlardaki cinsiyete özgü özelliklerin üreme rekabeti, eş seçimi ve ebeveyn bakımı ile yakından bağlantılı olduğunu ve bunların tümü cinsiyet rollerinin tanımlanmasına katkıda bulunduğunu göstermiştir (Geffroy,

2022). Çiçeklerle beslenen çalı kriketleri üzerine yapılan araştırmalar, cinsiyet rollerinin gıda mevcudiyeti gibi ekolojik değişkenlere bağlı olarak dinamik olarak tersine dönebileceğini, geleneksel Darwinci görüşlere meydan okuyabileceğini göstermektedir (Noviana ve ark., 2021). Ek olarak Miyori No Mori ve The Clift gibi eserlerin ekofeminist analizlerinde, kadınların ve doğanın ataerkil güç yapılarına tabi olmasını vurgulayarak kadınların ve çevrenin toplumsal normlar altında karşılaştığı ikili baskıyı sergilemektedir (Noviana ve ark., 2021; Xu, 2022). Ayrıca, İsviçre'deki eko-manevi aktivistler üzerine yapılan çalışmalar, cinsiyetli manevi ekolojinin doğa algılarını ve insan tutumlarını nasıl etkileyebileceğini ortaya koymakta ve çevresel söylemleri şekillendirmede cinsiyet referanslarının önemini altını çizmektedir (Becci ve Grandjean, 2018). Bu içgörüler cinsiyet rolleri, ekolojik dinamikler ve toplumsal güç yapıları arasındaki karmaşık ilişkiyi vurgulamaktadır.

Bazı araştırmacılar biyolojik bakışı açısına göre ise kadınların doğal olarak kadınsı cinsiyet rollerine, erkeklerin ise biyolojik faktörlere bağlı olarak erkeksi rollere yönelme eğilimi olduğunu öne sürmektedir (Wood ve Eagly, 2012; McIntyre ve Edwards, 2009). Bu bireylerde cinsiyete özgü belirli davranış ve özelliklere yönelik içsel yatkınlıklar olabileceği anlamına gelmektedir. Bu bağlamda biyolojik faktörlere yapılan atıf muhtemelen genetik, hormonlar ve beyin yapısının cinsiyetle ilgili davranışlar üzerindeki etkisiyle ilgilidir (Ngun ve ark., 2011). Örneğin erkekler ve kadınlar arasındaki hormonal farklılıklar geleneksel olarak cinsiyetleriyle ilişkilendirilen belirli rollere veya davranışlara yatkınlıklarını etkileyebilir.

Cinsiyet rollerine sosyolojik bir bakış açısı ile analizinde, cinsiyet rollerinin doğal olarak biyolojik cinsiyetle bağlantılı olmaktan ziyade sosyal olarak inşa edilmiş ve öğrenilmiş davranışlar olduğunu dikkat çeker (Lindsey, 2020). Sosyal rol teorisi toplumsal beklentilerin belirli bir sosyal bağlamda bireylerin davranışlarını ve rollerini nasıl şekillendirdiğini vurgular (Lynch, 2007). Ayrıca bazı çalışmalar eğitim, gelir ve dini faktörlerin bireylerin cinsiyet rolleri algıları üzerindeki etkisini araştırmıştır ve dış faktörlerin bu rolleri şekillendirmedeki etkisini göstermektedir (Roberto, 2016). Ek olarak gençlerin rol tercihleri ve toplumsal değişiklikler üzerine yapılan araştırmalar, cinsiyet rollerinin biyolojik cinsiyete sıkı bir şekilde bağlı olmaktan ziyade, kültürel değişimlerden ve gelişen sosyal sistemlerden etkilendiği fikrini daha da desteklemektedir (Risman, 2018). Bu nedenle sosyolojik görüş cinsiyet rollerini doğal olarak biyolojik özelliklerle bağlantılı olmaktan ziyade, dinamik ve sosyal olarak inşa edilmiş olarak anlamının önemini altını çizmektedir.

Feminist bir bakış açısıyla, cinsiyet rolleri sadece erkekler ve kadınlar için uygun davranışları tanımlamakla ilgili değil, Toplumsal cinsiyet, biyolojik cinsiyetten farklı olarak bireylerin

toplumsal beklentilere göre nasıl algılandığını ve muamele edildiğini etkileyen sosyo-kültürel bir yapı olarak görülmektedir (Eagly ve Wood, 2016). Sosyal rol teorisi ayrıca, erkeklerin ve kadınların farklı sosyal rollere dağılımının cinsiyet farklılıklarının ve eşitsizliklerin devam etmesine katkıda bulunduğunu, kadınlara genellikle bakıcı roller verilirken, erkekler sağlayıcı rolleri üstlendiğini vurgulamaktadır (Collins, 2006). Örneğin, erkeklerin kendileri ve aileleri üzerinde ekonomik kontrol sahibi olduklarına dair bakış açısı, erkeklerin toplumda kadınlara göre daha fazla güç kazanmalarının bir yoludur. Erkeklerin ailelerinin geçimini sağlayan birincil kişiler olması beklendiğinden, kadınlar sıklıkla yoksulluğa düşmektedir. Feminist bir perspektiften bakıldığında bu örnek, erkeklerin evliliklerinde kadınlara göre daha fazla güce sahip olmasıyla ilgilidir, çünkü evlilikleri başarısız olursa erkeklerin güç veya sosyal statü kaybetme olasılıkları daha düşüktür. Cinsiyet rolleri, aile dışındaki alanlardaki kadın ve erkeklere yönelik beklentilerle ilişkilendirilebilir. İşyerinde erkeklerden ve kadınlardan sıklıkla farklı görevleri yerine getirmeleri ve farklı roller üstlenmeleri beklenir (Williams, 1995). Pek çok işletme toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin geleneksel görüş hâkim olmaya devam ettiğinden dolayı işletmelerde kadın ve erkeklerin konumları sıklıkla cinsiyete göre belirlenmektedir. Kadınların sekreter olarak daha fazla çalışması, erkeklerin ise daha fazla yönetici konumunda çalışması beklenir. Genel olarak feminist bakış açıları bireylerin deneyimlerini ve fırsatlarını şekillendirmede cinsiyet rollerinin, güç dinamiklerinin ve toplumsal yapıların birbirine bağlılığının altını çizmektedir.

Sosyologlar, cinsiyet ve toplumsal cinsiyetle konuları ile daha derinleştiklerinde çocuklukta toplumsal cinsiyet rolü sosyalleşmesinden kaynaklanan kadın ve erkek arasındaki farklılıklara da odaklandılar (Stockard ve Johnson, 1980). Erkek olarak dünyaya gelen erkek bebeklere, erkek dostu oyuncaklar sunularak nasıl erkek davranışı sergilemeye teşvik edildiğini, onlarla oynamaları için ödüllendirildiklerini ve kız gibi davrandıkları için cezalandırıldıklarını, kız çocuğu olarak dünyaya gelmiş bebeklerin ise kadınsı davranışlar sergilemeye teşvik edildiğini incelemiştir (Weitzman ve ark., 1972).

Cinsiyet rolü sosyalleştirme teorisi, çocukların katılmaya teşvik edildikleri cinsiyete uygun davranışları sergilediklerinde uygun şekilde ödüllendirileceklerini öne sürmektedir. Cinsiyetin doğal olarak oluştuğu yanılsamasını yaratan yerleşik sosyalleşmenin sonucudur.

Geleneksel cinsiyet rolleri tarih boyunca ataerkilliğin şekillenmesinde ve sürdürülmesinde önemli bir rol oynamıştır. Toplumsal normlara ve beklentilere derinden kök salmış olan bu roller, erkekleri genellikle kadın üyeler üzerinde kontrol sahibi, otoriter figürler olarak atamakta ve bu da kadın baskısına yol açmaktadır (Cremer, 2021). Ataerkil sistem erkek

hegemonyasını ve gücünü korumak, kadın hareketlerini sınırlamak ve erkeklere bağımlılık yaratmak için haksız cinsiyet rolleri inşa etmektedir (Malik ve Shoukat, 2021). Buna ek olarak, dini, ahlaki ve politik normların tarihsel etkisi, erkekler için çocuk babalığı gibi geleneksel erkeksi özelliklere dayanan, genel *babaların egemenliğine* ve gücün erkekler tarafından ayrıcalıklı bir şekilde kullanılmasına katkıda bulunan tercih edilen liderlik rolleri yaratmıştır (Afandi, 2018). Bu dinamikler geleneksel cinsiyet rollerinin zaman içinde ataerkilliğin hâkimiyetini sadece etkilemekle kalmayıp, aynı zamanda sürdürdüğünü vurgulamaktadır.

Spor kültürü, toplumsal cinsiyeti incelemek ve anlamak için kilit bir alandır. Spor, toplumun spora katılan kadın ve erkeklerin sosyal bedenlerini nasıl inşa ettiğini ve bu bedenlere nasıl erkeklik ve kadınlık atfettiğimizi anlamak için eşsiz bir yol sunar (Hardin ve Whiteside, 2009). Chalabaev, Sarrazin, Stone ve Cury'ye (2008) göre toplum, erkeklerden ve kadınlardan belirli toplumsal cinsiyet rollerini ve kalıplarını benimsemelerini, bunlara inanmalarını ve bunları yerine getirmelerini beklemektedir. Toplum, dayatılan toplumsal cinsiyet düzenine uyulmasını talep etmektedir. Sporda cinsiyet rolleri, toplumsal normlardan ve tarihsel perspektiflerden etkilenen karmaşık ve gelişen bir konudur. Araştırmalar geleneksel cinsiyet klişelerinin sporda devam ettiğini ve belirli sporları erkekler veya kadınlar için daha uygun olarak sınıflandırma eğiliminde olduğunu göstermektedir (Messner, 2010). Örneğin araştırmalar antrenörlük ve spor alanında liderlik konumunda kadınların hala yeterince temsil edilmediğini göstermekte ve bu alanlarda artan cinsiyet dengesine duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır (Serpell, 2023). Ayrıca sporun erkeksi doğası sporcuların sosyal statüsünü etkileyebilir ve spor alanında cinsiyet kimliği hakkında sorular ortaya çıkarabilmektedir (Eime ve ark., 2021). Spor çalışanları arasındaki cinsiyet rollerine yönelik tutumlar, eğitim ve cinsiyet gibi faktörlere göre değişiklik göstermekte ve geleneksel tutumlar, özellikle kadın spor çalışanları arasında hala yaygın olarak görülmektedir (Baştuğ ve ark., 2018). Ek olarak spor bilimleri öğrencileri üzerinde yapılan araştırmalar, erkek ve kız öğrenciler arasında gözlenen farklılıklarla birlikte cinsiyet rollerine ilişkin değişen algıları ortaya koymaktadır (Sucan, 2019; Malkoc, 2020).

Kalıplaşmış cinsiyet rolleri erkeklik, kadınlık veya cinsiyet ayrımı gözetmeden hangi sporların erkek ve kadın katılımı için sosyal olarak kabul edilebilir olduğunu belirleyen bir sınır yaratır (Koivula, 1995, 2001). Kadınsı sporlar geleneksel olarak kadınsı kabul edilen nitelikler veya özelliklerle ilişkilendirilirken, erkeksi sporlar eril olarak kabul edilen özelliklerle ilişkilendirilir (Koivula, 2001). Futbol (Solberg ve Hammervold, 2008), boks (Halbert, 1997), buz hokeyi (Krane, 2001), ağırlık kaldırma ve motor sporları (Koivula, 2001) da dahil olmak üzere geleneksel olarak erkeksi olarak kabul edilir ve kadınlar için uygun görülmemektedir. Bunun

yerine kadınlar genellikle artistik patinaj, jimnastik ve tenis gibi faaliyetlere katılmaya teşvik edilir (Ross ve Shiness, 2008), çünkü bunlar daha kadınsı kabul edilir ve bu nedenle daha az eleştiriyile karşılaşır. Atletik kadınlar yeterince kadınsı görünmediğinde veya erkek egemen sporlarla uğraşmayı seçtiğinde yöneticilerden ve antrenörlerden kötü muamele, taraftarlar tarafından sözlü taciz, daha az onaylanma, medyanın ilgisinin azalması veya yarışmalar sırasında hakemlerin veya yetkililerin adil olmayan kararlarıyla karşı kaşıya kalabilmektedir (Krane, 2001). Bu zorluklar spora katılım seçimlerini açıkça etkilemekte ve çoğu zaman kadınların daha kadınsı seçenekleri seçmesine sağlamaktadır (Wiley, Shaw ve Havitz, 2000).

Sporun cinsiyete göre sınıflandırılmasını inceleyen çalışmalar, toplumun cinsiyet rolü beklentilerinin spor aktivitelerinin erkek, kadın veya cinsiyet ayrımı gözetmeyen etkisi olarak sınıflandırılmasını nasıl etkilediğini anlamaya çalışmışlardır (Alley ve Hicks, 2005; Koivula, 2001). Araştırmacılar, güzel, zarif, agresif olmayan ve estetik açıdan hoş görülen sporların genellikle kadınlar için en uygun, erkeklerin katılımı içinse uygun görülmediğini düşüncesinin yaygın olduğunu ortaya koymuşlardır. Güzelliğin varlığı, büyük olasılıkla genel kadınlık fikrine verdiği önem nedeniyle kadın sporlarında özellikle önemli görünmektedir. Kadın için uygun sporlar örneğin jimnastik, dans veya artistik patinajdır. Bu kadın sporcuların vücutlarını vurgulayarak izleyiciyi görsel olarak memnun etmeyi amaçlamak ve sporların doğası gereği zarif hareketlerden kaynaklanmaktadır (Koivula, 2001). Bu spor kategorileri genellikle takım odaklı olmaktan çok, bireyseldir ve sıklıkla rakiplerle temas içermez. *Eril* olarak sınıflandırılan sporlar estetiğe daha az önem veren, rekabet içeren, güce ve saldırganlığın daha ön planda olduğu sporlardır. Bu özelliklerin örnekleri, rakibi fiziksel olarak bastırmak, ağır nesneleri kaldırmak veya başarılı olmak için bedensel teması kullanmak için çaba gerektiren güreş, buz hokeyi ve vücut geliştirme gibi sporlarda karşımıza çıkmaktadır (Alley ve Hicks, 2005; Dworkin, 2001; Ross ve Shiness, 2008). Spor, sosyal olarak erkeklerle sınırlıdır ve kadınların iş birliği ve zarafete dayalı sporlara katılması beklenir.

Bu faaliyetler her iki cinsiyetin de geleneksel cinsiyet normlarını korumasına izin verdiği için cinsiyete uygun kabul edilmektedir (Koivula, 2001). Ancak son yıllarda pek çok toplumda ve özellikle spor dünyasında kadın ve erkeğin cinsiyet rolleri önemli ölçüde değişmeye başlamıştır. Kadın sporcular, atletizm gibi çok az ilgi gören branşlarda, geçmişe kıyasla daha fazla yer alma ve medyada eşit temsil edilme konularında büyük ilerleme kaydettiler. Ayrıca son zamanlarda, daha önce erkeklerin egemen olduğu diğer spor dallarında da kadınların yer almaya başladı. Dövüş sporları veya hokey gibi bazı sporlar hâlâ erkek sporları olarak algılanmakta ve birçok kişi, fiziksel olarak zorlu doğaları nedeniyle kadınların bu sporlara

katılmaması gerektiğine inanmaktadır (Gilenstam ve Henriksson-Larsen, 2008). Bir yandan pek çok kadın sporcunun erkek egemen sporlara katılma cesareti kırılırken, öte yandan, kadınlar kendilerini erkek sporlarına katılmaktan alıkoyan stereotipleri ve kültürel engelleri yıkmaya devam etmektedir. Danica Patrick, Michelle Wie ve Gina Corano gibi kadın sporcular, erkek egemen sporlarda kendilerinin de rekabetçi ve başarılı olabileceğini kanıtlayarak birçok genç kadın sporcu için rol model haline gelmiştir (Giuliano, Turner, Lundquist ve Knight (2010). Bu durum kadınların kendilerine yönelik klişelere meydan okuyarak spor dünyasında nasıl görüldüklerini önemli ölçüde değiştirdiklerini göstermektedir. Toplumumuzda cinsiyet rolleri gelişmeye devam ettikçe kadınların bir zamanlar yalnızca tek bir cinsiyete atfedilen bazı spor dallarına da katılım sağlamaya başlamışlardır.

Toplumlarda spor katılım ve seyircilik hala ezici bir çoğunlukla erkeklerin egemenliği altındadır. Sporun doğası olarak nitelendirilen agresif fiziksellik ve erkeksi erdemlerin fiziksel yarışmalarla ilgili olduğu ve bu nedenle büyük ölçüde erkekler tarafından oynandığı ve izlendiği varsayılmaktadır. Bu da spor alanının toplumsal cinsiyet normlarını pekiştiren erkek egemen bir alan olamaya devam etmesini sağlamaktadır (Connell ve Messerschmidt, 2005; Davis ve Duncan, 2006). Toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri spor seyirciliği ve taraftarlığına kadar uzanmaktadır. Wann, Melnick, Russell ve Pease'e (2001, 204) göre, *"masum ve zararsız bir eğlence olmaktan çok uzak olan spor seyirciliği, erkeklik ve kadınlık hakkındaki geleneksel fikirleri yeniden üretmekte ve böylece daha geniş toplumda ataerkil yönetimin sürdürülmesine yardımcı olmaktadır"*. Taraftarlık alanında cinsiyet rolleri, çeşitli çalışmalarda görüldüğü gibi, toplumsal normlardan ve beklentilerden etkilenmektedir. Araştırmalar futbol taraftarlığı alanında kadınların genellikle arka plana itildiğini ve futbol kültürünün kadın taraftarlar için sınırlı roller sunduğunu ve eril hegemonyayı güçlendirdiğini göstermektedir (Jones, 2008; Pope, 2013; Pope, 2017).

Ancak Damousi ve Cash (2009) ile Mewett ve Toffoletti'nin (2011) Avustralya'daki futbol taraftarları ve Kelly Nelson'ın (2000) Amerika Birleşik Devletleri'ndeki WNBA taraftarları üzerine yaptığı çalışmalar, taraftarlık tutkularının cazibesinin ve dikkat dağıtıcılığının cinsiyet ayrımlarını hızla aşabildiğinin kanıtıdır. Bu bulgular, taraftarlık deneyimlerini ve kimliklerini şekillendirmede cinsiyet, taraftar ve toplumsal beklentiler arasındaki karmaşık etkileşimi vurgulamaktadır.

4.3. Hegemonik Erkeklik

Hegemonik erkeklik kavramı ilk olarak Avustralya liselerinde sosyal eşitsizlik üzerine yapılan bir saha çalışmasının raporlarında ortaya atılmıştır (Kessler ve ark., 1982). Bu lise projesi, aktif toplumsal cinsiyet inşa projeleriyle bağlantılı çoklu cinsiyet ve sınıf hiyerarşilerine dair ampirik kanıtlar sağlamıştır (Connell ve ark.,1982). Ortaya çıkan bu anlayışlara uygun olarak hegemonik erkeklik kavramı, zamana, topluma, kültüre ve bireye göre değişen çoklu erkeklikleri tanımlayan R. W. Connell'in cinsiyet düzeni teorisinin bir parçasıdır (French ve Rothery, 2011). Kavramsal olarak hegemonik erkeklik, erkeklerin kadınlar ve diğerleri üzerinde nasıl ve neden baskın bir toplumsal rol üstlendiğini açıklamaya çalışır.

Sosyolojik bir kavram olarak hegemonik erkeklik, Marksist teorisyen Antonio Gramsci'nin toplumun sosyal sınıfları arasındaki güç ilişkilerini analiz eden kültürel hegemonya teorisine dayanmaktadır. Bu nedenle *hegemonik erkeklik* terimindeki *hegemonik* sıfatı, bir sosyal grubun toplumsal hiyerarşide öncü ve baskın bir konum iddia ettiği ve sürdürdüğü kültürel dinamiği ifade eder. Bununla birlikte hegemonik erkeklik, sosyolojik olarak meydan okunan ve değiştirilen bir toplumsal örgütlenme biçimini somutlaştırır. Marksist felsefede kültürel hegemonya, kültürel açıdan çeşitlilik gösteren bir toplumun, egemen sınıfın dünya görüşünün kabul edilen kültürel norm haline gelmesini sağlayacak şekilde, o toplumun kültürünü manipüle eden egemen bir sınıf tarafından tahakküm altına alınmasıdır (Trombley, 1999). Evrensel egemen ideoloji olarak egemen sınıf dünya görüşü yalnızca süregelen sosyal, politik ve ekonomik egemen sınıfa fayda sağlayan yapay sosyal yapılar olarak değil, her sosyal sınıfa fayda sağlayan doğal, kaçınılmaz ve sürekli sosyal koşulları temsil eder (Comaroff, 1991).

Hegemonik erkekliğin kavramsal başlangıcı, toplumsal ve hiyerarşik olarak dışlayıcı olan ve ekmek kazanmakla ilgilenen kültürel olarak idealize edilmiş erkeklik biçimini temsil ile başlar ve acımasız ve şiddetli, sözde doğal ve sert, psikolojik olarak değişken ve dolayısıyla krize eğilimli, ekonomik açıdan zengin ve sosyal olarak sürdürülebilir bir yapıya sahiptir (Donaldson, 1997).

Bununla birlikte birçok sosyolog hegemonik erkekliğin tanımını, sınırlı olan sabit bir karakter tip olarak tanımlar, çünkü farklı ve rekabetçi erkeklik biçimleri de kabul görmemektedir (Connell ve Messerschmidt, 2005). Sonuç olarak hegemonik erkeklik, cinsiyet hiyerarşisini sosyal bedenlenme süreçlerini ve erkeklik çeşitlerinin psikososyal dinamiklerini içerecek şekilde yeniden formüle edilmiştir.

Connell ve Messerschmidt (2005), hegemonik erkekliği, iktidarı elinde tutan erkeklerin sahip olduğu değer ve yapılarını toplumun geri kalanına, farklı biçimlerde özendirerek, zorlayarak, dışlayarak ya da paylaşarak kabul ettirilmesini sağlayan düzen olarak kavramsallaştır. Erkeklik, kadınları ezerek, ikili ilişkiler içinde bir hiyerarşi sağlamak, erkek egemen olduğu bir kültüre uygun davranmak ile güçlendirilerek hegemonikleşir. Hegemonik erkeklik, kadınlar üzerinde erkek egemenliğinin varlığını sürdüren bir pratik örüntüsüdür (Connell ve Messerschmidt, 2005). Connell'in (1987) çalışmasında kadınların erkekler tarafından ikincilleştirilmesine dikkat çekmiştir; erkeklerin egemen grup, kadınların ise ikincilleştirilen grup olarak görüldüğü bu görüş sorunlu olduğunu belirtmişti. Connell ve Messerschmidt (2005) bu teorinin, toplumsal cinsiyet ilişkileri ve toplumsal cinsiyet hiyerarşisine dair daha çağdaş bir görüşü yansıtacak şekilde yeniden formüle edilmesi gerektiğini savunmuşlardır. Bu görüş, çoklu erkeklikler ve çoklu kadınlıklar fikrini, egemen grupların gücü kadar tabi grupların failliğini kapsar. Connell ve Messerschmidt (2005), erkekliğin bireylerin bedenine veya kişilik özelliklerine gömülü sabit bir varlık olmadığını kabul etmiştir. Erkeklik, sosyal eylemde gerçekleştirilen pratik konfigürasyonlarıdır ve bu nedenle belirli bir sosyal ortamdaki toplumsal cinsiyet ilişkilerine göre farklılık gösterebilir. Buna ek olarak, erkeklik kalıpları kadınlık görüşleriyle ilişkili olarak sürekli yeniden şekillenmektedir. Connell ve Messerschmidt'in de belirttiği gibi, "toplumsal cinsiyet her zaman ilişkiseldir ve erkeklik kalıpları toplumsal olarak bazı kadınlık modellerinden (gerçek ya da hayali) farklı olarak tanımlanır" daha da önemlisi, "toplumsal cinsiyet hiyerarşileri kadın kimliği ve pratiğinin yeni yapılandırmalarından da etkilenmektedir" (Connell ve Messerschmidt, 2005, 848). Son zamanlarda yapılan çalışmalarda kadınların hegemonik erkekliğin yanı sıra vurgulanmış kadınlığın üretiminde de aktif rol oynadıklarının ileri sürmüştür (Talbot ve Quayle, 2010). Vurgulanmış kadınlık, hegemonik ilkelere tam bir uyum sağlamayı ifade eder (Howson, 2006) ve bu kalıbın içinde hegemonik erkeklikle var olur. Bu kalıbın arkasındaki fikir ise kadınların sosyal kabul kazanmak için geleneksel kadınsı özelliklerini vurgulamaları gerektiğidir. Hegemonik erkekliğin işe yaraması için kadınların, bu perspektifin geliştirilmesine ve sürdürülmesine aktif olmalarını içeren bir tür *katılım* sergilemeleri gerekir.

Bazı kadınlar ise hegemonik erkekliği korusalar bile, spor gibi diğer bağlamlarda buna meydan da okuyabilirler. Spor, erkeklerin birbirleriyle etkileşimleri yoluyla erkek olmanın ne olduğuna dair baskın fikirleri pekiştirdikleri bir alan olmuştur (Davis ve Duncan, 2006). Örneğin, erkekler sporla ilgili etkileşimlerinde (örneğin, konuşmalar ve/veya internet paylaşımları) sert ve cinsiyetçi ifadeler kullanabilirler. Ancak kadın taraftarlar, erkeklerin oyun sırasında

kullandıkları değerlere, sembollere, sözlü pratiklere ve fiziksel olarak saldırgan jestlere meydan okuyarak erkek hegemonyasının zayıflatabilir (Ben- Porat, 2009, 887). İkincil kadınlıklar hegemonik erkeklığe karşı uyumlu ve işbirlikçi olabileceği gibi dirençli de olabilir (Howson, 2006). Bu direnç, işyeri, aile ve medya gibi kadınlar için baskıcı koşullarla ilgili olarak ortaya çıkar. Protesto kadınlıkları hem vurgulanan hem de ikincil kadınlıklara meydan okumaktadır. Howson (2006), protest kadınlığı şu şekilde tanımlamıştır: “Protesto kadınlığın amacı hem kadınlıklar arasındaki iç ilişkilerin hem de kadınlıklar ve erkeklikler arasındaki karşılıklı ilişkilerin temellerine meydan okumak ve daha spesifik olarak, vurgulanan uyma ve uyum sağlama gibi kadınsı özelliklerle ilişkili kabul edilmişliği ifşa etmek ve sorgulamaktır”. Görüldüğü üzere hegemonik erkekliklere direnebilecek birden fazla kadınlık vardır (Sveinson ve Hoeber, 2016).

Erkeklik literatürünün hegemonik kadınlık kavramın olmadığı yönünde baskın bir fikir vardır. Connell (1987, 183) “Erkekler arasında var olan egemen erkek biçimi olan hegemonik erkekli şeklinde hegemonik bir kadınlık yoktur” söylemiyle pekiştirmiştir. Kültürel olarak en çok değer verilen kadınlık biçimi “vurgulanmış” olarak adlandırılır ve “itaate uyum etrafında tanımlanır ve erkeklerin çıkar ve arzularına uyum sağlamaya yöneliktir” (Connell 1987, 187). Uyum kelimesi, toplumsal cinsiyet düzenine pasif bir şekilde rıza göstermeyi ifade etmektedir. Bu çerçevede, özellikle daha önceki versiyonlarda, kadınlık, aktif ve baskın erkekliklerin statik bir karşıtı olarak ele alınmaktadır (Demetriou, 2001). Kadınlığın herhangi bir biçimini hegemonik güç ilişkilerinin merkezi olarak görmemek, toplumsal cinsiyete tek düzeyli bir yaklaşımın, yani yalnızca toplumsal cinsiyet ilişkilerine (erkekler arasındaki ve erkeklerle kadınlar arasındaki) odaklanmanın bir sonucudur.

Ataerkil toplumlarda ise hegemonik erkeklik, erkeklerin kadınlar üzerindeki gücünü rıza yoluyla açıklayan, erkeklerin davranışlarını ve şiddetini şekillendiren, fiziksel güçten ziyade sosyal meşrulaştırmaya odaklanarak açıklayan bir kavramdır (Jewkes ve ark., 2015). Hegemonik erkeklik, kültürel olarak idealleştirilmiş ve genellikle kadınların ve marjinalleştirilmiş grupların boyun eğmesini içeren baskın erkeklik biçimini ifade eder.

Genel olarak ataerkil toplumlarda kadınlar, hegemonik erkeklığı destekleyen ve sürdüren, vurgulanan kadınlar kategorisine girmektedir. Türk kadınları da hegemonik erkeklığe boyun eğen ve destekliyen konumda yer alarak, hatta eril kimlikler edinerek egemen erkeklığe uyum sağlarlar (Akbaş, 2012). Daha da ötesi, Türkiye gibi ataerkil toplumlarda hegemonik erkeklik siyaset yoluyla pekiştirilir, kadınların rollerini belirli partilerle sınırlandırılır, yönetim şekliyle de eril söylem sürdürülür (Keskin, 2018).

Hegemonik erkeklik toplumsal yapılar sayesinde beslenir. Toplumsal yapıların desteği ve diğer yapılarla ilişkisi sayesinde hegemonik erkeklik soyunu devam ettirebilir. Kitle iletişim araçları ise sosyal yapıların güçlenmesine katkıda bulunarak onların devamlılığını sağlayan en büyük güce sahip yapılarıdır. Hegemonik erkekliği destekleyen, inanılabilirliğini artıran ve toplumu hipnotize ederek hegemonik erkekliğin varlığını pekiştiren en önemli yapı ise kitle iletişim araçlarıdır (Connell, 1987). Özellikle son yıllarda sosyal medyanın hem daha fazla kullanıcı tarafında kullanılması hem de toplumun büyük bir kesimin hayatında büyük bir yer kaplaması, dolayısıyla hegemonik erkekliğin nasıl üretildiğini ve nasıl meşrulaştığını anlayabilmemiz adına faydalı olacaktır, çünkü sistematik olarak hem kadınlar hem de diğer erkekler üzerinde baskın erkekli söylemlerinin güçlenmesi sağlar (Ging, 2019; Trott, 2022). Medya ile hegemonik erkeklik arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarda, en dikkat çeken sonuç, erkek taraftarların sosyal medya platformlarından ani-feminist söylemlere sıkça başvurduğudur (Demir ve Öztürk, 2023), bu sonuç da mevcut literatürü desteklemektedir.

4.3.1 Hegemonik erkeklik ve spor

Spor, Antik Çağlardan bu yana erkeklik ve güç sembolü olarak kabul edilmiştir. Modern spor döneminde ise sporda hegemonik üstünlük olarak resmedilen erkeklik modeli hâkim hale gelerek, kadın ve diğer erkeklere üzerine hegemonik üstünlük sağlayan ve bu hegemonik yapıyı sürdüren bir alan haline almıştır. İdeolojik olarak cinsiyet ayrımcılığını teşvik eden unsurlarla dolu bu alanda, erkek egemen değerlerin ve bu değerleri meşrulaştıran bir yapının hâkimiyetindedir. Spor, erkekliği, agresifliğe, rekabetçiliğe, güç, mücadelecilik ve cesareti simgeler. Erkekliğin ne olduğunu yeniden teyit ederek mitleri yeniden üreten bir formdur (Talimciler, 2017). Spor alanında erkekler, rekabet ederek, çabalayarak ve başarmaya çalışarak kendi erkeksi kimliklerini onaylamaya çalışırlar (Clarke ve Clarke, 2014). Spor alanı erkeklerin nasıl *gerçek erkek olmayı* öğrenmeleri için bir çeşit öğretim aracı olarak çalışır (Messner, 2002). Bu anlamda erkek çocuklarına *gerçek erkek* değerlerinin ve becerilerinin öğretildiği alan haline almıştır (Koca ve Bulgu, 2005).

Homososyal bir alan olarak spor, iktidarla ilişkisi açısından hegemonik erkekliğin geçerli kılınmasına ve kadınların bu alanda ötekileştirilmesine katkıda bulunmaktadır (Hacısofuoğlu ve Koca, 2011). Tarihin belirli bir döneminde en çok övülen erkeklik biçimi olan ve kendisini her zaman kadınlıktan farklı ve üstün olarak tanımlayan hegemonik erkeklik, özel bir kültürün *gerçek* erkeklik standardını yansıtır (Connell, 1987). Kadınlar üzerinde güç sahip olma ve onlardan güçlü olmak için, hegemonik veya normatif erkeklik kavramları (örneğin, kadınlar ve diğer erkekler üzerinde tahakküm kurmak, fiziksel güç, saldırganlık, kabadayılık, dışlayıcı

heteroseksüellik, duygusal kopukluk, rekabetçilik, kadınları seks objesi olarak görmek), erkeklerin kendilerini ayırmaya çalıştığı toplumsal kurumlarda daha belirgindi (Kane ve Disch, 1993).

Erkeklik ve sporla ilgili ilk araştırmalar, özellikle Amerika Birleşik Devletleri'ndeki lise ve üniversite öğrencilerinin sporla olan ilişkisine dayanmaktadır (Messner, 2005). Çalışmalarda sadece sporcular erkekliklerine değil, toplumsal eşitsizliklerin, ayrımcılığın, ırkçılığın ve kadın düşmanlığının erkeklik bağlamında nasıl yeniden üretildiğine merak konusu olmuştur (Özbay, 2013). Hegemonik erkeklik ülkeye, kültüre veya kişiye göre değişiklik gösterebileceğinden yerel, bölgesel veya küresel bağlamlarda da ele alınmalıdır (Connell ve Messerschmidt, 2005). Yerel düzeyde, hegemonik erkeklik kalıpları diğerleriyle kişisel ve anlık etkileşimler yoluyla yaratılır ve belirli sosyal ortamlara gömülüdür. Bölgesel düzeyde hegemonik erkeklik, kültürler ve ülkeler içinde inşa edilir. Küresel bir bakış açısı, hegemonik erkekliğin ulusötesi şirketler ve medyanın yanı sıra küresel siyaset içinde de geliştiğini kabul eder. Spor araştırmaları genellikle hegemonik erkekliği, araştırmacıların sporcuların cinsiyetlendirilmiş sembolizmini ve spor takımlarının cinsiyetlendirilmiş kültürünü inceledikleri bölgesel düzeyden araştırır. Geleneksel olarak, bu araştırmalar erkek egemen spor görüşünün istikrarını vurgular (Kimmel ve Messner, 1992; Whisenant ve ark., 2002).

Şiddet tarih boyunca toplumsal ve kültürel olarak erkeğe atfedilen bir nitelik olmuştur. Erkekler bunu, kadınlar üzerindeki hegemonik konumları aracılığıyla toplumsal cinsiyet ilişkilerindeki güçlerini meşrulaştırmak için kullanırlar. Aynı şekilde erkekler, erkekliklerinin sosyalleşme sürecinin bir parçası olarak sıklıkla diğer erkeklerle ve kendilerine karşı şiddete başvururlar. Şiddet fiziksel, sözlü, psikolojik ve ekonomik olmak üzere çeşitli şekillerde ifade edilen bir olgudur. İlişkiler, ev, okul, kitle iletişim araçları veya spor gibi alanlarda kendini gösterir. Sporda şiddet ve hegemonik erkeklik, toplumsal cinsiyete dayalı şiddetin yaratılmasına, sürdürülmesine ve normalleştirilmesine katkıda bulunan iç içe geçmiş olgulardır (Keer, 2022; Alsarver, 2020).

Spor kültürü genellikle sertlik, saldırganlık ve empatiyi bastırmanın değerli özellikler olduğu ve şiddetin normalleşmesine yol açtığı hegemonik erkekliği teşvik eder (Muñoz-Helú ve ark., 2020). Bu normalleşme, şiddeti erkeklikle ilişkilendiren, erkek egemen sporlarda saldırgan ve cinsiyetçi davranışları sürdüren toplumsal normlarla daha da pekiştirilmektedir. Okullar ve spor ortamları, hegemonik erkekliği destekleyen kültürel normlar ve disiplin yapıları aracılığıyla şiddet içeren erkekliklerin onaylanmasında ve cinsiyet temelli güç dinamiklerinin sürdürülmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu sorunları ele almak, barış ve cinsiyet eşitliği

kültürünü teşvik etmek için spor ve eğitim ortamlarında hegemonik erkekliğe gömülü olan şiddete meydan okumayı gerektirir.

Birçok spor, geleneksel olarak hegemonik erkeklikle ilişkilendirilen takım üyelerine bağlılık, hükmetme isteği, antrenöre itaat etme ve risk alma gibi özellikler sergilerler (Allain, 2008). Connell spor alanını, ataerkil bir toplumun norm ve ideallere uygun olarak katılımcıları meşrulaştıran ve teşvik eden bir sosyal kurum olarak yorumlamaktadır (Connell, 2005). Takım sporları ise şiddet ve eril hegemonyayı inşa etmede ve sürdürmede önemli bir rol oynamaktadır. Buz hokeyi, oyunun yoğun temas gerektirmesi ve sert oynanması nedeniyle hegemonik erkekliğin yaratıldığı ve sürdürüldüğü sporlardan biri olarak araştırmaları da etkilemiştir. Örneğin, Vaz ve Clarke (1982), erkek buz hokeyi oyuncularının saldırganlık, sertlik, cesaret ve savaşçı ve şiddet içeren bir ideolojiyi somutlaştıran değerleri ifade etmelerine kurumların ve antrenörlerin verdiği desteği incelemiştir. Buz hokeyinin farklı toplumsal cinsiyet kurallarına sahip olmasının, erkek bedenlerinin kadın bedenlerine kıyasla vücut kontrolü ve diğer sert fiziksel temaslara daha uygun olduğu fikrini besleyebileceği ileri sürmüştür (Dicarlo, 2016; Weaving ve Roberts, 2012). Weinstein ve ark. (1995), erkek antrenörlerin veya rol modellerin şiddeti meşrulaştırılmasında önemli katkıları olduğunu belirterek mevcut literatürü destekler nitelikte bir sonuca varmışlardır. Bu şekilde, buz hokeyi ve diğer sporlar, ekonominin ve medyanın erkeklerin hegemonyasını ve ataerkil normlarını desteklemeye yardımcı olabileceği daha geniş toplumsal sisteme yerleştirilir (Hearn, 2015).

Pappas ve ark., (2004) de bazı antrenörlerin oyuncuları sertlik ve mücadele becerileri göstermeye teşvik ettiğini göstermektedir. Takım arkadaşları veya seyirciler de genellikle *yumuşaklığı* ve *hassasiyeti* aşağılayıcı bularak, bu tür idealleri desteklemektedir (Carlson, 2008). Literatürde bu eğilim, hegemonik erkekliğin yeniden üretimi için temel olan rekabetçi ve her ne pahasına olursa olsun kazanma mantığıyla ilişkilendirilebileceği yönünde kanıtlar barındırmaktadır (English, 2017).

Pappas ve ark. (2024) ayrıca buz hokeyi kültürünün, “sporda başarıya götüren geleneksel erkek davranışlarına odaklanılması ve erkeklerin yalnızca diğer erkeklerle geçirdiği büyük zaman nedeniyle” kadınların nesneleştirilmesini güçlendirdiğini savunmuştur.

Spor ve erkeklikle ilgili konularda öne çıkan akademisyenlerden olan Michael Messner, sporun erkeklerin hegemonik erkekliği empoze etmelerinin bir yolu olarak var olduğunu ve bir erkeğin fiziksel büyüklüğü ve gücünün toplumsal veya yasal yansımalar olmaksızın başkaları üzerinde güç iddia etmek için kullanılabileceği son arenalardan biri olduğunu belirtmektedir (Messner, 1992). Hegemonik erkekliğin inşası ve sürdürülmesinde en sorunlu spor alanının futbol

olduğunu söyleyebiliriz. Birçok ülkede yapılan araştırmalar, futbol kültürünün geleneksel erkeksi normları nasıl güçlendirdiğini göstermektedir (Llopis Goig, 2008; Grindstaff ve West, 2011; Anderson ve Kian, 2012). Spor sıklıkla güç, saldırganlık ve dayanıklılık gibi nitelikleri vurgulayarak belirli bir erkeklik biçimini teşvik etmekte; bu da ötekileştirilmiş grupların sömürülmesi ve aile içi şiddet gibi olumsuz sonuçlara yol açmaktadır (Martínez-García ve Rodríguez-Menéndez, 2019). Hegemonik erkekliğin, özellikle futbol taraftarlık bağlamında, geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini ve hiyerarşilerini güçlendiren tezahüratlar ve görsel gösteriler de dahil olmak üzere, taraftarların davranışlarına ne kadar derinden gömülü olduğunu gösteriyor.

Geleneksel olarak erkeklerin egemen olduğu diğer alanlardaki kadınlar üzerine yapılan araştırmalar, erkeklik pratiklerinin normatif olduğu bir alanda kadın taraftarların deneyimlerini anlamamıza yardımcı olabilir. Erkek egemen mesleklerde çalışan kadınlar, genellikle yetersiz ya da profesyonel olmadıkları için değersizleştirilmekte, erkekler için bir tehdit olarak görülmekte ya da düşmanlık ve cinsel tacize maruz kalmaktadırlar (Acker, 2004; Bagilhole, 2002; Bruce, 2002; Lorber, 2000). Ancak bu kadınlar kendilerini savunmaya kalktıklarında saldırgan ve kadınsı olmayan kişiler olarak görülebilmektedirler (Bagilhole, 2002; Lorber, 2000).

Sasson-Levy'nin (2003) İsrail ordusundaki kadınlar üzerine yaptığı çalışma ve Bagilhole'un (2002) din adamları, akademi, mühendislik ve kamu hizmetindeki İngiliz kadınlar üzerine yaptığı çalışmada, kadınların erkek arenalarındaki azınlık statülerine yanıt vermek için üç ana toplumsal cinsiyet stratejisi kullandıklarını göstermektedir. Bunlar: (1) erkekleri taklit etmek için erkeksi pratiklere başvurmak; (2) cinsel tacizi önemsememek ya da görmezden gelmek ve (3) vurgulanan kadınsılıktan uzaklaşmaktır (Connell, 1987; Bruce, 2002; Miller, 2004; Ranson, 2005). Bu stratejiler, kadınların erkeklerin cinsiyetçi varsayımlarına uyduğunu göstermektedir.

Uyum sağlamak ve "erkeklerden biri" olmak için kadınlar bazen erkeklerin kadın ve kadınlık tanımlarını önemsiz, değersiz ya da gülünç olarak kabul etmektedir (Bagilhole, 2002, 157). Toplumsal cinsiyetleri bu alanlarda o kadar tartışmalıdır ki, kendilerini kadınlıktan ve kadın kategorisinden mümkün olduğunca uzak tutmaya çalışırlar (Butler, 1990; Riley, 1988). Bu da basitçe ataerkil toplumsal cinsiyet hiyerarşilerini yeniden üretmektedir (Reay, 2001).

Kadın taraftarlar ise, spordaki hegemonik erkeklikle baş edebilmek için çeşitli müzakere yöntemleri geliştirmişlerdir. Örneğin; Danimarka'daki kadın taraftarların erkek dünyasına nasıl uyum sağladıklarını ve bu dünyadaki rollerini incelendiği çalışmada, yapılan görüşmeler sonucunda, bir grup kadın taraftar cinsiyetçilikle bir ölçüde mücadele ettiğini ancak *gerçek*

tarafat olarak kabul edilebilmek için erkeklerin bakış açılarını da benimsedikleri belirtmişlerdir. Diğer kadın tarafat grubu ise, futbol stadyumundaki erkek egemenliğine, kadın ve tarafat olmanın kendi yollarını bulmalarına olanak tanıyan, tamamı kadınlardan oluşan bir tarafat grubu kurarak tepki göstermişlerdir (Pfister, Lenneis ve Mintert, 2013).

Pope (2011), İngiltere'de futbol kadın tarafatlarının deneyimlerini incelediği araştırmasında, 51 yerel kulüp tarafatı kadınla görüşme yapmıştır. Bu çalışmada, kadınların takımlarına destek verme düzeylerinin ve tarafat alanına aidiyet duygusunun, spor kulübü ürünlerinin tüketimiyle ilişkili olduğunu tespit etmişti. Ayrıca bazı kadınlar, kulübün yeni bir stadyuma taşınmasını desteklerken, diğerleri bu taşınmayı eleştirmiştir. Araştırma, kadın spor tarafatlarının deneyimlerinin çeşitliliğini ortaya koyarken, spor tarafatı ikiliğine meydan okuyarak hegemonik erkekliğin nasıl tanımlandığını veya deneyimlendiğini belirlemek için yerel düzeyde incelenmesi gerektiğini vurgulamıştır.

İngiliz erkek hokey kadın tarafatlarının, tarafat kitlesindeki yeri ve konumunun incelendiği araştırmada, kadın tarafatların sayıca çok olmasına rağmen, tarafat topluluğunda marjinal kaldıklarını ve erkek tarafatlar tarafından gerçek tarafat olarak görülmediklerini vurgulamıştır. Bu iddiaların, erkek tarafatların erkek egemen alanlarını kaybetme korkularından ve erkek spor yıldızlarına duydukları tarafatlıktan kaynaklanan güvensizliklerden kaynaklandığını ileri sürmüştür (Crawford ve Gosling, 2004).

Benzer şekilde İsrailli kadın tarafatlar üzerine yapılan bir çalışmada, kadınların tarafat olarak marjinalleştirildiği vurgulanmış, kadınların tarafat olarak katılımının erkekler tarafından belirlenen parametrelerle belirlendiğini ortaya koymuştur. Bu erkekler, kadınların futbol tarafatı olarak yaşadıkları deneyimler üzerinde baskın ve hegemonik bir kontrole sahip olduğunu, alanın erkeklere ait olarak tanımlandığından, kadınların katılımlarını ve tarafatlık alanında varlıklarını kanıtlama zorunda olduklarını vurgulamıştır (Ben-Porat, 2009).

Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada'daki spor etkinliklerine katılan kadın tarafatların tarafat deneyimlerinde hegemonik erkekliğin rolünün incelendiği çalışmada, (a) spor tarafatı olma tanımını müzakere etmek, (b) kadın spor tarafatını “dışarıdan gelen” olarak görmek ve (c) diğer kadınların ötekileştirilmesi olmak üzere üç tema belirlenmiştir. Sonuçlar Kuzey Amerika'da spor tarafatı olmanın ne anlama geldiğine ilişkin mevcut hegemonik erkek tanımında kadınların belirsiz bir yere sahip olduğu fikriyle mücadele edildiğini çünkü bu fikirlerin kadınları özgün olmayan veya tarafat kategorilerini ayıran son derece erkeksi tanımlar olduğu yönündedir (Hoeber ve Kerwin, 2013).

Hegemonik erkeklik, spor taraftarlığının sadece erkeklere özgü bir alan olduğunu ve kadınların ikincil olduğunu öne sürer. Oysa kadınların profesyonel spor seyircisi pazarının önemli bir bölümünü oluşturduğu açıktır. Bu nedenle, hegemonik erkekliğin kadın spor taraftarlığı deneyimindeki rolünü sistematik olarak incelemek önemlidir.

4.4. Kadın taraftarlar

Sporu anlamlı kılan olguların başında taraftarlık bulunmaktadır. Taraftarı tarafından desteklenmeyen bir takımın varlığını sürdürebilmesi nerdeyse imkânsızdır. Tarihi açıdan değerlendirildiğinde, spor taraftarlığında ve spora katılımındaki cinsiyet farklılıkları toplumlar arasında benzerlik göstermektedir. Mevcut bilgiler, her toplumda kadınların erkeklere nazaran daha az seyirci olma ihtimali olduğunu göstermektedir (Guttman, 1986). Spor taraftarı popüler kültür ya da medya taraftarı ile karşılaştıran küçük ama büyüyen bir araştırma alanı olmasına karşın (Jones ve Lawrence, 2000), farklı sporların taraftarları daha da önemlisi sporun kadın taraftarlarını kıyaslayan çok az araştırma vardır. Spor taraftarının görmezden gelinmesi bir ölçüde futbol taraftarı üzerindeki araştırmanın üstünlüğüne ve böyle bir araştırmanın Connell'in (1995) *hegemonik erkekliği* oluşturmak için bir yer olarak futbol üzerine odaklanmasına bağlı olabilir. Spor taraftarlarına yönelik akademik araştırmaların çoğu futbol taraftarlığının holigan kültürlerine ve/veya taraftarlar arası rekabet meselelerine odaklanmıştır (Armstrong, 1998; Spaaaj, 2008). Diğer sporların taraftarları bugüne kadar akademik çalışmalarda büyük ölçüde görünmez hale gelmiştir. Bu nedenle kadın spor taraftarlarının deneyimleri spor taraftarları incelemelerinde erkek merkezli yaklaşım nedeniyle büyük ölçüde sınırlı kalmıştır. Free ve Hughson (2003, 152) son zamanlarda erkek futbol taraftarlarının etnografilerinin eleştirel incelenmesinde, bu etnografi alanlarında kadınların şaşırtıcı yokluğuna vurgu yapmış ve *gelecekteki çalışmalarda kadınların seslerinin duyulacağı* umudunu dile getirmiştir.

Son yıllarda ise kadın spor taraftarlarının deneyimlerini merkeze alan çalışmalar göze çarpmaktadır (Jones, 2008; Mewett ve Toffoletti, 2008; Pope, 2011; Pope ve Williams, 2011). Kadın taraftarlarının deneyimleri araştırmacıların oldukça ilgisini çekse de çoğunluğu futbol taraftarlığı başlığı altında değerlendirilmiştir. Genel olarak yapılan çalışmalar, önemli kültürel farklılıklar olsa da büyük spor etkinliklerine kadınların ilgisini çekmedeki önemi ve kadın taraftarların rutin olarak *gerçek olmayan* taraftarlar olarak konumlandırılması gibi benzer temalar üzerinde yoğunlaşmıştır.

Kadınların spor etkinliklerindeki deneyimlerinin hâlâ azınlıkta olduğu ve bir şekilde yersiz oldukları yönündeki hâkim tutumun etkisi altında olduğuna dair güçlü kanıtlar vardır (Jones, 2008). Buna karşılık, konu taraftarlık olduğunda bazı kadınların gerçek taraftar olarak kabul

edilebilmek için vurgulanan kadınlığı küçümsemek zorunda kalabileceğini, fakat futbol maçlarındaki pek çok kadının, kadın olmalarına rağmen kendilerini ait hissettiklerinin altını çizmişlerdir (Jones, 2008). Diğer taraftan ise kadınların taraftarlıklarını meşrulaştırmak için erkeksi spor taraftarı özelliklerini ve normlarını benimseyen kadın taraftarların varlığı da gözden kaçmamıştır (Ian Borer, 2009; Albertson ve Markovits, 2012). Bu durum, maçlara katılma hedeflerini spor taraftarı olmakla bağdaşmayan (örneğin, oyunculara yönelik fiziksel çekicilik) özgün olmayan ve yeterli spor bilgisine sahip olmayan kadın taraftarların marjinalleştirilmiş görüşünü desteklemektedir (Crawford ve Gosling, 2004; Gosling, 2007; Toffoletti ve Mewett, 2012).

Kadın futbol taraftarları üzerine yapılan pek çok araştırma, genellikle erkek egemen bir ortamda kadınların konumlarını nasıl müzakere ettiklerini incelemektedir. Örneğin, Llopis Goig (2007: 180) İspanyol erkek taraftarlar kadın taraftarları, erkeksi davranış sergileyenleri *ethosu* ve eril tonlar nedeniyle kendilerini rahatsız hissettikleri, sadece kadınlara özel *peñalar* (kulüplerinin maçlarını izlemek ve oynamadıkları zamanlarda kulübü tartışmak için bir araya gelen arkadaş ve taraftar grupları) olarak iki gruba ayırmışlardır. Aynı şekilde Cere (2003) İtalyan kadın taraftarların genellikle şiddet içeren ve açıkça eril olan bir alandaki deneyimlerini ele almıştır ve *ultras/ultra* (ultras kadın fanatikler için, ultra ise erkek fanatikler için kullanılan terimler) teriminin nasıl benimsendiğini tartışmıştır.

Jones (2008) İngiltere'deki kadın futbol taraftarları üzerine yaptığı çalışmada, 38 kadın ve erkek futbol taraftarıyla görüşmüş ve bu araştırmanın odak noktasını kadınların aşağılayıcı eril taraftar pratikleriyle nasıl ilişki kurduklarını ve bu ilişkinin kadın ve taraftar olarak kimliklerini ne ölçüde etkilediğini araştırmıştır. Neticede, kadın taraftarlar tarafından üç farklı strateji benimsendiğini ve bu sayede kendi toplumsal cinsiyet kimliklerini müzakere ederken istismarcı eril davranışlara yanıt verebildikleri sonucuna varılmıştır. Kadın taraftarların geliştirdiği ilk strateji cinsiyetçi ve küfürlü davranışların iğrenç olarak tanımlamışlardır.

Kadın taraftarlar eril alana karşı bireysel boykot (örneğin, küfürlere katılmayı reddederek) yöntemi ve uygun taraftar pratiklerinin yeniden tanımlanmasına kadar çeşitli stratejiler geliştirmişlerdir. Bazı kadınlar ise ikinci strateji olarak cinsiyetçiliği ve homofobik istismarı önemsiz göstererek, kadın oyuncu olmadığı için cinsiyetçiliğin ırkçılık kadar önemli olmadığını ve tacizin hem erkeklere hem de kadınlara yönelik olması nedeniyle cinsiyetçiliğin meydana geldiğini inkâr ederek, cinsiyetçiliğin ve homofobinin komik ve dolayısıyla zararsız olduğunu iddia etmektedirler. Son olarak, toplumsal cinsiyet stereotiplerini oyunun bir parçası olmadığını, hegemonik eril tanımları kabul eden kadın taraftar grubu vardır. Bu stratejiyi güden

kadın taraftarlar vurgulanan kadınlıktan uzaklaştırmayı tercih eder ve oyuncuları çekici bulan veya çekici bir şekilde giyinen kadınların taraftarlığı düzgün bir şekilde yapmadıkları iddia eden kadınlardan oluşmaktadır. Jones (2008, 532) kadınların taraftar kimlikleri ile toplumsal cinsiyet arasında bir gerilim olduğu ve bunun müzakere edilmesi gerektiği sonucuna varmıştır. Bazı durumlarda kadınlar, maçlarda taraftar kimliklerini toplumsal cinsiyet kimliklerinden daha ön planda tutmakta, bazı kadınla ise kadın kimliklerini öne çıkartmaktadır. Bu durum diğer kadın taraftarların neden bu şekilde davrandıklarını açıklamaya yardımcı olabilir.

Ayrıca çalışması, kadınların taraftar olarak sosyalleşmesi ve bir yaşam biçimi olarak taraftarlık konularında fikir vermiştir. Kadınlar futbolla ya gençken bir erkek aile üyesi tarafından ya da genç yetişkin erkek arkadaşları veya erkek arkadaşları aracılığıyla tanışmıştır; "genç bir kadın maça tek başına gitmez". Kadınların çoğu için futbol taraftarlığı bir yaşam biçimiydi; bu da düzenli olarak iç saha maçlarına (ve bazen deplasman maçlarına) katıldıkları, çeşitli medya kanalları aracılığıyla kulüpleri hakkında bilgi tükettikleri ve kulüplerine sadakat gösterdikleri anlamına geliyordu. Çalışmaları, bu kadınların fanatik taraftarlar olduğunu ve taraftarlığın kimliklerinin önemli bir parçası olduğunu göstermiştir (Ben-Porat, 2009).

Taraftarlar takımlarının desteklemek için maçlara katılım sağlar, tezahürat yapar, takımlarıyla ilgili bilgi paylaşır, takım renklerini giyerler. Sadakat düzeyi yüksek olan taraftarların maçlara katılma olasılıkları daha yüksektir (Wakefield ve Sloan, 1995). Dietz-Uhler ve ark. (2000) kadınlar için spor taraftarı olmanın maçlara katılımı gerektirdiğini, fakat benimsenmiş olan spor taraftarı davranışlarına sergilemeyi reddettiklerini, erkeklerin ise spor tartışmasına zaman ayırdığını, spora daha fazla ilgi gösterdiğini ve sporla ilgili daha fazla bilgi sahibi olma olasılığı kadınlara göre daha fazla olabileceğini belirtmişlerdir. Bu tutum farklılığından dolayı erkekler spor bilgisinin sahibi olarak görülürken, kadınların oyun, takım ve oyunculara ilişkin bilgileri hafife alınmakta veya göz ardı edilmektedir (Davis ve Duncan, 2006; Farrell, Fink ve Fields, 2011).

Crawford ve Gosling (2004) de İngiltere'deki kadın ve erkek buz hokeyi taraftarları üzerine yürüttüğü çalışmada, erkek taraftarların kadın taraftarları gerçek olmayan taraftarlar olarak bile tanımlamadıklarını, sadece *top tavşanları* (Puck bunny) olarak etiketlediklerini vurgular. *Top tavşanları* (Puck bunny) terimi neredeyse sadece kadın buz hokeyi taraftarlarına uygulanmakta ve bu taraftarların adanmışlıktan yoksun olduklarını ve sporun kendisinden ziyade oyuncuların cinsel çekiciliğiyle ilgilendiklerini ima etmektedir (2004, 478). Araştırmaya katılan birçok erkek, kadın buz hokeyi taraftarlarının takımları hakkında çok az bilgi ya da bağlılık gösteren *aptal genç kızlar* olduğu yönündedir (2004, 486).

Öte yandan, Crawford (2001) şu anda feshedilmiş olan Manchester Storm hokey kulübünün kadın ve erkek taraftarları arasında katılım açısından önemli bir fark olmadığını ortaya koymuştur. İngiliz Premier Lig Taraftar Anketlerinde de sonuçlar farklı değildir. Wenner ve Gantz (1998) de yaptıkları araştırmada kadın ve erkek taraftarların televizyonda maç izleme tarzlarının veya izleme alışkanlıklarının çok benzer olduğu bulunmuştur.

Gosling (2007) kadınların taraftar topluluklarında ve spor taraftarlarına ilişkin akademik araştırma ve literatürde nasıl marjinalleştirildiğinden yakınmış ve kadın spor taraftarı olmanın ne anlama geldiğini ve bunun kadınların gündelik yaşamlarında nasıl konumlandığını ele alacak daha fazla araştırma yapılması çağrısında bulunmuştur. En azından bu çağrı alanın nispeten az araştırıldığına kabul edildiğine işaret etmektedir ve bazı akademisyenleri bu konuyu ele almaya teşvik etmiş olsa da bu araştırmaların çoğu kadın *futbol* taraftarlarıyla sınırlıdır.

Türkiye'de kadın taraftarlar üzerine yapılan araştırmaların sayısının yetersiz olduğu, çalışılan konuların ise oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Literatür incelendiğinde genel olarak kadın taraftarların özdeşleşme düzeyleri, motivasyonu veya tutumları gibi konulara odaklanılmaktadır (Yılmaz, 2016; Apaydın, Giray ve Amanvermez, 2016; Akkoç ve Hanifi, 2022; Demirel, Karahan ve Ünlü, 2007) kadın taraftarların taraftarlık deneyimleri, taraftarlık alanındaki müzakereleriyle ilgili sadece birkaç çalışmaya rastlanmıştır.

TTF üç sezon boyunca stadyumlardaki şiddeti azaltmak ve statlarda kadın taraftarların sayılarını artırabilmek için *Tarihi karar* olarak bilinen sadece kadınların ve 12 yaşından küçük çocukların izlemesine yönelik kararını eleştirel bir bakış açısıyla ele alan Erhart (2016), sık sık karşımıza çıkan kadın taraftar stereotiplerinin erkeklerle ve kadın arasında *doğal farklılık* teorisine dayandırıldığını, bu tip sınıflandırmaların kadın taraftarları ötekileştirdiğini ve hegemonik erkeklik olarak değerlerinden küfretmenin *erkeğin doğası* olarak açıklandığını, küfretmenin erkekler için doğal olacağını varsayıldığı bu tarihi karar beklentileri karşılamamıştır. Dahası kadın taraftarlarında küfrettiği gerçeğiyle yüzleşmek zorunda kalınmıştır.

Türkiye'deki taraftar alanını feminist bir perspektiften inceleyen çalışmalar arasında öne çıkan Sarıkulak ve Koca (2019) tarafında yapılan çalışmada, kadın taraftarlar için taraftarlık alanının nasıl bir sosyal alan olduğunu sorguladıkları ve nasıl bir kabul beklendiğini inceledikleri çalışmada, kadınların gerçek taraftar olarak kabul edilmekte zorlandıkları, futbol bilgilerinin sürekli teste tabi tutulduğu ve sadece erkeklere dayatılan davranış kalıpla hareket etmeleri halinde kabul gördükleri sonucuna varmışlardır. Jone (2008) araştırmasını destekleyen

sonuçların elde edilmesi, sporda kadın taraftarların ötekileştirilmesinin her kültürde var olduğunu kanıtlar niteliktedir.

Bir diğer çalışmada ise; Beşiktaş Spor Kulübü kadın taraftarlarıyla yapılmış olan çalışmada, Türk futbolundaki adalet kavramının cinsiyetlendirilmiş olduğunu ve evrenselleşmiş olan normlara göre farklılaştığını tespit etmiştir. Ayrıca, kadınların hem fizyolojik hem de psikolojik farklılıklar bakımından kırılğan, küfürden ve soğuktan sürekli şikâyet eden bir yapıya sahip olduğunu beyan ederek bu durumun taraftarlığı etkilediğini vurgulamıştır (Nuhurat, 2017). Elde edilen sonuç Butler'in (1989) doğal fark söylemindeki kadının kırılğan, narin, pasif, evcimen cins olarak kurgulanan doğal farklılıklar söylemini desteklemektedir.

Türkiye'de basketbol taraftarlığıyla ilgili çalışmalar ise oldukça kısıtlı ve konular genel olarak taraftarlık özdeşleşme düzeyi, kurumsal aidiyet veya satış pazarlamayla ilgili yapılmıştır (Çelik ve Akçi, 2018; James, 2002). Basketbol taraftarlık literatürü incelendiğinde çoğunlukla motivasyon düzeyleriyle ilgili çalışmalar olduğu görülmektedir (Maxwell, 2005; Izzo ve ark., 2011, Koo ve Hardın, 2008).

4.4.1. Taraftarlık tanımı

Akademik literatürün çoğunda, taraftarlık kavramının aslında tanımlanmasına gerek olmadığı çünkü herkes *taraftarlığın* ne olduğunu bilindiği (Hills, 2002) yönünde tartışılan güçlü bir temel varsayım vardır. Örneğin Lewis (1992) taraftarın kim olduğunu herkes tarafından bilindiğini, taraftarlığın görünür ve tanımlanabilir izleyiciler olduğunu ve taraftarlığın yalnızca belirli yıldızlara, ünlülere, filmlere ve televizyona takıntılı kişiler olduğunu ileri sürer. Taraftarlar aynı zamanda taraftarlık objeleri hakkında bilgi üretme (Hills, 2002) ve dolayısıyla televizyon programlarına, yıldızlara veya spor takımlarına normalden daha ayrıntılı olarak katılma yetenekleri açısından da diğer izleyicilerden farklıdır (MacDonald ,1998; Toffoletti ve Mewett, 2012).

Yukardaki varsayımın ötesinde bazı araştırmacılar ampirik incelemelerin sonucunda üzerinde uzlaşılan bir spor taraftarı tanımına rastlamadıklarının belirtmişlerdir. Örneğin, Wann ve arkadaşları (Melnick ve Wann, 2011; Wann, Melnick, Russell ve Pease, 2001; Wann ve Schrader, 1996) spor taraftarlığı davranışlarını ve bu davranışlara katkıda bulunan, maçlara katılarak bir takımla özdeşleşme ve başkalarıyla spor tartışmaları yapma gibi faktörleri incelemiş, ancak araştırmalarında spor taraftarlığının teorik bir tanımını yapmamışlardır. Bununla birlikte, araştırmacılar spor taraftarlığını, erkeklerin doğal olarak meşru taraftarlar olduğu ve kadınların olmadığı varsayılan bir standart yaratmak olarak tanımlamaktadır

(Crawford, 2003; Crawford ve Gosling, 2004). Dahası kadınların spor etkinliklerine ve ürünlerine katıldığını ve bunları tükettiğini gösteren kanıtlara rağmen, bazı kadın seyirciler, erkek taraftarların onları geleneksel olmayan özellikler ve davranışlar sergiliyor olarak görmesi nedeniyle otantik olmayan spor taraftarları olarak marjinalleştirilmektedir (Pope, 2011; Pope ve Williams, 2011).

Spor taraftarının resmi ve üzerinde anlaşmaya varılmış bir tanımı olmamasına rağmen alan yazında en çok kullanılan sınıflandırmalardan biri; geleneksel ve otantik sınıflandırmasıdır. Crawford (2003) taraftarlığı; takım veya oyuncu hakkında bilgili olmak ve spora yoğun bir ilgi göstermek gibi davranışları sergileyen kişiler olarak tanımlamıştır. James ve Ridinger (2002) ise Kuzey Amerika bağlamında spor taraftarlarının takımlar ve tarihçeleri konusunda bilgili ve aynı zamanda bir spor takımına sarsılmaz bir bağlılığa sahip olarak tanımlayan araştırmalara atıfta bulunmuştur (Wann ve Branscombe, 1995; Wann ve Schrader, 1996).

Taraftarlığın net bir tanımı olmadığından bazı araştırmalar *otantik* ve *otantik olmayan* taraftar özellikleri arasında bir ayrıma işaret etmektedir. Baskın varsayım, erkeklerin sahip olduğu özelliklerin gerçek veya otantik bir spor taraftarının göstergesi olduğu yönündedir (Crawford ve Gosling, 2004; Osborne ve Coombs, 2013; Sherlock ve Elsdén, 2000). Crawford ve Gosling, 2004'te İngiltere erkek buz hokeyi kadın taraftarları üzerinde yaptığı çalışmada, kadın taraftarların erkek taraftarların gözünden gerçek olmayan taraftar olarak kabul edildiği yönündedir. Bir diğer çalışmada ise kadın taraftarların sergilediği taraftarlık özellikleri erkek taraftarlar tarafından genellikle otantik olmayan özellikler olarak nitelendirilmektedir (Gosling, 2007; Pope, 2011). Yukardaki sonuçlar doğrultusunda taraftarların kendi kendini tanımladığı (Dietz-Uhler, Harrick, End ve Jacquemotte, 2000; Stewart, Smith ve Nicholson, 2003) ve spor taraftarlığın net bir tanımı olmadığı ortaya çıkmaktadır. Ne yazık ki, *spor taraftarı* ve *spor seyircisi* terimleri sıklıkla birbirinin yerine kullanılmaktadır ve bu da araştırmacılar ve uygulayıcılar için kafa karışıklığına yol açmaktadır (Trail, Robinson, Dick ve Gillentine, 2003). Örneğin, Crawford ve Gosling (2004) profesyonel buz hokeyi taraftarlık çalışmalarında, taraftarlığı tanımlamak için genellikle taraftar ve seyirci terimlerini aynı anda kullanıldığına vurgu yapmıştır. Bazı çalışmalar ise taraftar ile izleyiciyi birbirinden ayrı tutulmuştur (Kolbe ve James, 2000; Wann, Melnick, Russell ve Pease, 2001). Spor taraftarları bir spora, takıma ve/veya sporcuya ilgi duyan ve takip eden bireyler iken spor izleyicisi bir spor etkinliğine şahsen ya da bir tür medya (radyo, televizyon, vb.) aracılığıyla aktif olarak katılım sağlayan kişilerdir (Wann ve James, 2018). Sloan (1989) seyircilerin ise yalnızca izleyen ve gözlemleyen kişiler olduğunu, taraftarların ise belirli bir eğlencenin coşkulu adanmışları

olduğunu belirtmiştir. Sloan (1989) tarafından yapılan ayrıma rağmen Trail, Robinson, Gillentine ve Dick (2003) önceki araştırmacıların seyirciler ve taraftar terimlerinin kullanımında tutarlı olmadıklarını ve araştırmacıların bu iki kavram arasında hiçbir zaman ayırım yapmadıklarını öne sürmüşlerdir.

Bir diğer araştırmacı grubu ise taraftarları amacına ve davranışına göre ayırarak, sporu, ligi, takımı veya sporcuyu takip eden bireyler olarak tanımlamıştır (Hunt, Bristol ve Banshaw, 1999; Wann, Bilyeu, Brennan, Osborn ve Gambouras, 1999). Öte yandan, Giulianotti'nin (2002) kadın taraftarların ne taraftar ne de seyirci tanımlarına uymadığını dile getirmiştir. Bu da beraberinde tutarlı bir tanımın olmadığını, spor taraftarı olmanın temel özellikleri ve bu özelliklerin spor taraftarı olarak tanımlanan kişiler tarafından paylaşılıp paylaşılmadığı konusunda bazı soruları gündeme getirmektedir. Ayrıca taraftarlık tanımının yokluğu göz önünde bulundurulduğunda kadınlar genellikle cinsiyetçi kalıp yargılara bağlı olan belirsiz bir spor taraftarı etiketini kazandırmaktadır.

4.4.2. Taraftarlık sınıflandırması

Spor taraftarlığını anlamanın ilk önemli adımı, bu faaliyete katılan kişileri tanımlamak ve sınıflandırmaktır. Araştırmacılar spor taraftarlarını bölümlere ayırmak için birçok tipoloji ve sınıflandırma şemaları geliştirmişlerdir (Bouchet ve ark, 2011; Giulianotti, 2002; Hunt, Bristol ve Bashaw, 1999; Koo, Andrew, Hardin ve Greenwell, 2009; Markovits ve Albertson, 2012; Ross, 2007). Örneğin Smith (1988) *ciddi* ve *normal* spor taraftarları arasında bir ayırım yapmıştır. Ona göre, ciddi ve normal taraftarların arasındaki temel fark, ciddi taraftarın için spor müsabakasının sonucunun önemli olduğuna inanmasıdır. Benzer şekilde, Real ve Mechikoff (1992) *derin taraftar* kavramını önermiş, derin taraftarların kitle iletişim araçlarındaki spor yapımları ve ticari reklamlarla ritüel bir özdeşleşmeye sahip olduğunu vurgulamıştır.

Önceki teoriler, taraftar davranışlarını yalnızca bir düzeyde ele aldığından ötürü taraftar sınıflandırmaları da yetersiz kalmıştır. Bu nedenle Hunt ve ark. (1999) taraftarlık sınıflandırmasının motivasyon durumlarına göre sınıflandırılması gerektiğini öne sürmüşlerdir. Onlar, durumsal ve kalıcı motivasyon başlıkları altında spesifik olarak beş farklı spor taraftarı sınıflandırması yapmışlardır; Taraftarları geçici, yerel, sadık, fanatik ve işlevsiz taraftara olarak sınıflandırmışlardır. Her sınıflandırma için spesifik segmentasyon önerileri ortaya koymasından ötürü tipoloji oldukça kullanışlı sayılabilmektedir (Hunt, Bristol ve Banshaw, 1999).

Son yıllarda en kapsamlı taraftarlık sınıflandırmalardan biri olarak kabul gören Richard Giulianotti'nin taksonomisidir. Giulianotti, futbol taraftarlarının zıtlıklarından yararlanan dört taraftar kimliği modeli olarak: ateşli/ılımlı (hot/cool) ve geleneksel/tüketici (traditional/consumer) taraftarlık sınıflandırması sunmuştur (Giulianotti, 2002). Ateşli tanımına uyan taraftarın takımla tamamen bütünleşmiş, ılık taraftarın ise takımla daha az özdeşleşme sağlamış taraftar olduğunu vurgular. Geleneksel bireyler, kulübü kendi ailesi gibi benimseyen ve daha yerel bir kimliğe sahip olan taraftar grubu iken, tüketici taraftarlar ise kulüp ürünlerini tüketen ve pazar merkezli bir ilişkiye sahip olan taraftar olarak nitelendirilmektedir. Ayrıca Giulianotti taraftarları geleneksel/ateşliye destekçi (supporters), geleneksel/ılımlıya takipçi (followers), tüketici/ateşliye taraftar (fans) ve tüketici/ılımlıya da gezinen (flaneurs) olarak dört ayrı grupta toplamaktadır. Fakat Giulianotti yaptığı bu kategorizasyonla ilgili bazı araştırmacılar tarafından taraftarlık olgusunun homojen bir yapı olarak ele alması ve kadın deneyimlerine ver vermemesinden dolayı eleştiri konusu olmuştur (Pitti, 2019).

Akademik çalışmalar genellikle erkek taraftarlara odaklandığından sınıflandırmaları da erkek taraftarların deneyimlerine göre kategorize edilmiştir. Bu da sınıflandırmalarda kadın taraftarların göz ardı edilmesi anlamına gelmektedir. Literatürdeki bu boşluğu Free ve Hughson (2003) yaptıkları çalışmada erkek futbol taraftarlarının etnografilerini eleştirel bir şekilde incelemiştir ve bu etnografilerde kadın taraftarların şaşırtıcı yokluğu dile getirmiştir.

Alan yazında kadın taraftarlarının performansını araştıran Ussher (1997), kadınlar için tipik olarak dört kadınlık performansı dört ana başlıkta toplamış ve *kız olmak*, *kız yapmak*, *kıza direnmek* ve *kadınlığı yıkmak* olarak ele almıştır. Sisjord ve Kristiansen (2009) ise kadın güreşçiler üzerine yaptıkları araştırmasında, bu modellemeden yararlanarak kadın sporseverler arasında ortaya çıkan taraftarlık tarzları ve güdülerinin çeşitliliğini analiz etmiştir.

Kadın taraftarların deneyimlerini merkeze alan ilk çalışmalardan biri Mewet ve Tofolletti'nin (2011) spor taraftarlarının cinsiyetten bağımsız olarak bir kişinin nasıl spor taraftarı olabileceği sorusundan yola çıkarak kadınların nasıl taraftar haline geldiğini ele alan çalışmadır. Avustralya Futbol Ligi'nin (AFL) kadın taraftarlarıyla yapılan röportajlardan yola çıkarak, kadınların dört farklı şekilde taraftar olduklarını öne sürmüş ve taraftar bir ailede doğup taraftar olanlar kanında olanlar (in the blood), televizyon ya da arkadaşları aracılığıyla taraftar olanları öğrenenler (learner), bir maç izledikten sonra spora taraftarı olanları dönüşenler (convert) ve partnerleri ya da sevgilileri aracılığıyla taraftar olanları cinsel yolla bulaşanlar (sexually transmitted fandom) şeklinde adlandırmışlardır.

Alan yazındaki bir diğer dikkat çeken kadın taraftarlarının sınıflandırması da Pope'un (2013) İngiltere'deki futbol kadın taraftarlar ile ragbi kadın taraftarlarının deneyimlerinin karşılaştırıldığı araştırmasıdır. Pope Giulianotti'nin (2002), taraftarlık sınıflandırmalarından *sıcak* ve *soğuk taksonomilerini* kullanarak, kadın taraftarlar için bir model geliştirmiş ve kadın taraftarları iki gruba toplamıştır. O, kadın taraftarlar *tutkulu ve coşkulu* taraftarlar ve *havalı* taraftarlar olarak sınıflandırmıştır. Tutkulu taraftarlar sporla derinden ilgilenenler, etkinliklere düzenli olarak katılanlar, takımlara ve oyunculara güçlü duygusal bağlılık gösterenlerdir. Öte yandan, havalı taraftarlar spora daha tarafsız bir ilgi gösteren ve ara sıra maçları izleyen ve güçlü duygusal bağları olmayan taraftarlardır.

Kadın spor taraftarlarının, spor endüstrisinin hedeflemesi gereken henüz keşfedilmemiş bir pazarı temsil ettiği vurgulanırken (Mongraine, 2002) bazı kadın taraftarlar, erkek taraftarların kendilerini alışılmamış özelliklere ve davranışlara sahip olarak görmeleri nedeniyle, özgün olmayan spor taraftarları olarak ötekileştirilmektedir (Pope, 2011; Pope ve Williams, 2011). Ayrıca, erkek taraftarların tipik olarak *işçi sınıfı* ve *otantik* olarak etiketlendiği ve kadın taraftarların genellikle *orta sınıf* ve *otantik olmayan* taraftarlar olarak tasvir edildiği araştırmalarda homojenlik varsayımlarıyla ilgili sorunlar olduğunu belirtmiştir. Bu nedenle, kadınların spor deneyimleri taraftarlardan ziyade destekçiler olarak kategorize edilmiş ve bu da onların spor taraftarlığı literatüründe dışlanmasına neden olmuştur (Pope ve Williams, 2011). Halihazırda var olan ve çoğunlukla erkek taraftarların deneyimlerine odaklanan birçok taraftarlık çalışmaları bulunsa da yukarıdaki tanımlar göz önüne alındığında kadın spor taraftarlarının sınıflandırması alanında yetersiz çalışma olduğunu söyleyebiliriz.

4.4.3. Tüketici olarak taraftarlık

Günümüz modern spor endüstrisinde spor tüketicilerinin kararları belirleyici bir güce sahiptir. Profesyonel spor kulüpleri için taraftarlar, sağladıkları gelirlerle doğrudan ve dolaylı (Mullin ve ark. 2000) ve takımın saha performansının artırılmasına yaptıkları katkılardan ötürü önemli bir role sahiptir (Courneya ve Carron 1992; Pollard ve Pollard 2005). Dünyanın dört bir yanındaki kulüpler ekonomik büyüme beklentilerini sürdürülebilmek için yüksek taraftar katılımından yararlanırlar. Taraftarlarını ilgilerini çekilmek adına etkinlikler düzenlerler. Örneğin, yıldız oyuncuların maçlarına katılmak veya taraftarların kulübün oyuncularıyla tanışması için fırsatlar gibi özel etkinliklere düzenlerler. Kendini adanmış spor taraftarları da en sevdikleri spor kulüplerini desteklemek için finansal kaynaklarını ve duygusal enerjilerini kullanırlar (Dionisio, Leal ve Moutinho, 2008; White ve Absher, 2013; Stander ve Beer, 2016). Başka bir deyişle bir spor taraftarı, kulüp ürünlerine yönelik harcamaları doğrudan taraftar

bağlılığı seviyelerine bağlı olan bir spor tüketicisidir; yani taraftarların maç bileti, kıyafet ve genel ticari ürünler gibi kulüp ürünlerini sürekli olarak satın alması muhtemeldir.

McPherson (1975) spor tüketicilerini doğrudan ve dolaylı olmak üzere iki gruba sınıflandırmıştır. Doğrudan spor tüketimi, kişinin bir spor etkinliğine kişisel olarak katılmasını içerir. Dolaylı spor tüketimi ise kişinin televizyon, radyo ya da internet gibi kitle iletişim araçları aracılığıyla spora maruz kalmasını içerir. Dolayısıyla, Süper Lig final maçını canlı seyreden bir kişi doğrudan spor tüketicisi olarak sınıflandırılırken, aynı maçı televizyondan izleyen bir kişi dolaylı spor tüketicisi olarak sınıflandırılacaktır. Wann, Friedman, McHale ve Jaffe'nin (2003) hevesli spor taraftarlarının tüketim kalıpları üzerine yaptığı çalışmada katılımcılar sporu şahsen (yani doğrudan tüketim) ve televizyon ya da radyo aracılığıyla (yani dolaylı tüketim) tüketme tercihlerini araştırmışlardır. Wann, Melnick, Russel ve Pease (2001) ise spor tüketicilerini, spor taraftarları ve spor izleyicileri/tüketicileri olarak sınıflandırmıştır. Spor taraftarlarını bir sporu, takımı ve/veya sporcuyu takip etmekle ilgilenen bireyler olarak, spor izleyicilerini/tüketicilerini ise bir spor etkinliğine şahsen veya televizyon, radyo vb. gibi bir medya aracılığıyla aktif olarak tanıklık edenler olarak tanımlamışlardır.

Literatürde 2000'li yıllardan bu yana birçok araştırmacı spor tüketicisini davranışı özelinde incelemelerde bulunmuştur. Örneğin, güdüler, kısıtlamalar, özdeşleşme, bağlılık, katılım, tutum, sadakat, sosyalleşme ve çevresel faktörler yaygın olarak çalışılmış ve bu yapıların bilgisi, bireylerin çeşitli spor tüketim davranışlarına nasıl ve neden yönlendirildiklerinin anlaşılmasına yönelik değerli bilgiler sağlamıştır (Funk ve ark., 2002; James, 2001; Madrigal ve Chen, 2008; McDonald ve Rascher, 2000; Park ve ark. 2008; Trail ve Robinson, 2005; Trail, Robison ve Kim, 2008; Wann ve Pierce, 2003). Sporda tüketici davranışlarını etkileyen faktörler içsel ve dışsal olarak sınıflandırılmaktadır. Sporda tüketici davranışlarını etkileyen dış çevre; genel olarak ekonomik şartlar, kültür ve sosyalizasyon başlıkları altında incelenmektedir. Değerlendirilen dış çevredeki ekonomik şartlar açısından ekonomi, yerel piyasalar, piyasa trendleri iken kültür olarak demografik, psikografik, coğrafik özellikler ve sosyalizasyon bağlamında ise; kültür, coğrafya, sosyal çevre, aile, referans grupları olarak; İçsel faktörler ise, güdüler, özdeşleşme, tutum ve bağlılık olarak gruplandırılmaktadır (Trail ve James, 2018).

Kadın spor taraftarları genellikle spor tüketimi araştırmalarında erkek taraftaralar göre çok daha az akademik araştırmaya konusu olmuştur (Esmonde, Cooky ve Andrews, 2015). En az 5 yıldır kadın basketbol maçlarına katılmış ve erkek kolej basketbolunun sezonluk bilet sahibi kadın ve erkek taraftarlarla yapılan görüşmelere dayanarak ortaya çıkan en sağlam tema,

kadınların seyirci yaşamlarındaki derin erkek etkisiydi. Bu etki büyükbabalar ve erkek kardeşlerle başlayıp, kocalar ve oğullar aracılığıyla devam eden, nesiller boyu süren bir olgu olduğudur. Diğer faktörler ise, kadınların sporuna yönelik farkındalık ve erişim eksikliği olurken, erkeklerin ise boş zaman ilgilerini ön plana çıkıttığı ve önceliklerinde sosyalleşme yer aldığı (Farrell, Fink ve Fields, 2011).

Önceki çalışmalar kadın taraftarları işlevsiz yırtıcılar (Crawford ve Gosling, 2004) veya kendilerine boş zaman alanı yaratmak için çeşitli şekillerde mücadele eden kadınlar olarak yorumlamıştı (Jones, 2008). Bu tür görüşlerin, geleneksel olarak yalnızca erkekleri bir araya getiren daha önceki spor etkinliklerine kadar uzanması mümkündür (Jones, 2008). Bununla birlikte, kadınların daha fazla özerkliğe ve finansal bağımsızlığa ulaşmaları, dolayısıyla daha sportif faaliyetlere daha fazla erişim sağlamaları gibi çok sayıda toplumsal değişiklik meydana geldiğidir (Pope ve Williams, 2011). Bu gelişmeler ışığında erkeklerin ve kadınların sporu artık aynı şekilde tükettiği anlamına gelmektedir.

Kadın ve erkek taraftarların spor tüketme motivasyonlarının karşılaştırıldığı çalışmada kadınların erkeklerden sürekli olarak farklı motivasyon kaynakları olduğu bulunmuştur (Wann, 1995). Örneğin çoğu kadın taraftarın spora katılmak için erkeklerden daha yüksek ailesel ve sosyal motivasyona ihtiyaç duymaktadır (Wann, 1995); erkekler ise sporla sosyalleştirilme eğilimindedirler (Ben-Porat, 2009; Farrell ve diğerleri, 2011). Bunun yanı sıra kadın ve erkek taraftarların bir takımın taraftarı olma güdülerinin benzer veya farklı olup olmadığını inceledikleri araştırmada, önceki araştırmaların aksine, kadın ve erkeklerin genel olarak spor taraftarı olma olasılıklarının eşit olmadığını göstermişlerdir. Ayrıca erkeklerin genellikle spora daha güçlü bir bağ kurduklarını ve spor tutkunu olmanın ne anlama geldiğine dair standartları belirlediklerini ortaya koymuşlardır (James ve Ridinger, 2002).

Literatürde spor seyircisini ve taraftarını birbirinden ayırt etme çabaları oldukça yaygındır. Takım özdeşleşmesi ise taraftar ve seyirci ayrımını yapabilme adına sıkça başvurulmuş bir olgudur. Takım özdeşleşmesi, kısaca tuttuğu takıma bağlılık olarak tanımlanabilir. Wann ve Branscombe (1993) tarafından geliştirilen Sporcu Taraftarı Özdeşleşme Ölçeği 75 erkek ve 113 kadın üniversite öğrencisinin katılımıyla gerçekleştirdikleri araştırmada kadın ve erkekler arasında özdeşleşme açısından bir fark bulunmamıştır. Günay ve Tiryaki (2003) Mersin Üniversitesi öğrencileri ile gerçekleştirdiği Sporcu Taraftarı Özdeşleşme Ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmada kadın ve erkekler arasında anlamı bir fark olduğu sonucuna varmışlardır. Üzümlü ve ark. (2014) Şırnak ilinde yaşayan üniversite öğrencilerinin spor müsabakalarını seyretme güdülerini etkileyen faktörleri araştırdıkları çalışmada erkeklerin spor

etkinliklerini izlemek için kadınlara göre daha fazla güdüyü ön planda tuttuklarını ortaya koymuştur. Aynı şekilde Altınok ve ark. (2017) 255 kadın ve 372 erkek lise öğrencisinin özdeşleşme düzeylerini incelemiştir. Araştırma sonucunda erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha yüksek düzeyde özdeşleşmeye sahip oldukları yönünde paralel bir sonuç ortaya koymuşlardır.

Irwin ve diğerlerine (1999) göre, farklı özdeşleşme seviyelerine sahip taraftarlar farklı davranışlar sergileyebilir. Bu davranışlardan biri, bir oyuna katılmak ve ürün satın almak gibi tüketimi hem doğrudan hem de dolaylı olarak etkilediği gösterilen takım özdeşleşmesidir (Kwon ve ark., 2006; Theodorakis ve ark., 2009). Yüksek düzeyde özdeşleşmiş spor taraftarları, bir spor organizasyonu için kritik öneme sahiptir, çünkü aşağıdaki gibi tüketici davranışlarına katılma olasılıkları yüksektir: Örneğin; maçlara katılmak, takım sponsorlarını desteklemek ve takımla ilgili medyayı daha fazla tüketmek (Mudrick ve ark., 2016), bu da Fink ve diğerlerinin (2002) özdeşleşmenin bir takımın ekonomik başarısı için önemli olduğu ifadesiyle uyumludur.

Kadın ve erkek taraftarların medya tüketiminin de farklı olduğu yaygın bir kanıdır. Angelini (2008) kadın ve erkek taraftarların televizyonda hangi sporları izlemeyi tercih ettiği ile ilgili araştırmasında çoğu erkeğin futbol, beyzbol ve hokey gibi erkeksi sporları izlemeyi tercih ettiğini, kadınların ise tenis, jimnastik ve artistik patinaj gibi cinsiyet ayrımı gözetmeyen sporlardan hoşlandığı sonucuna varmıştır. Bir diğer araştırmada ise spor izleme bağlamında erkek ve kadın tüketiciler arasındaki temel farklılıklar incelenmiştir, erkeklerin spor müsabakalarını televizyonda izlemeye daha fazla motive olurken, kadınların ise spor müsabakalarını çoğunlukla aileleri ve arkadaşlarıyla birlikte canlı olarak izleme eğilimde oldukları sonucuna varılmıştır (Pritchard ve Funk, 2006). Bunun yanı sıra daha sadık taraftarlar arasında cinsiyet farklılığı olmadığı da öne sürülmüştür (Meier, Strauss ve Riedl, 2017).

Pfister, Lenneis ve Mintert (2013) ise Danimarka nüfusunun %45'inin televizyonda futbol izlemeyi sevdiğini belirterek, verilerin cinsiyete göre dağılımına bakıldığında kadınların televizyon izlemeye erkeklerden daha az ilgi gösterdiğini ortaya koymuşlardır. Televizyonda futbol izlemek kadınların yalnızca %17'sinin, erkeklerin ise %48'inin ilk tercihi iken 40 yaşın altındaki kadınların yüzde 17'si, 40 yaşın üzerindeki kadınların ise yalnızca %11'i TV'de futbol yayınlarıyla ilgilenmektedir. Aynı yaş grubundaki erkekler için karşılık gelen rakamlar ise sırasıyla %43 ve %39'dur. Ayrıca erkekler televizyondan diğer sporları da nispeten yüksek oranda takip etmektedir. Erkekler televizyonda spor etkinliklerini diğer erkeklerle birlikte

sosyal bir etkinlik olarak tüketirken, kadınlar ise sporu öncelikli olarak aileleriyle birlikte izlemeyi tercih etmektedirler.

4.4.4. Motivasyon

Motivasyon, insanların davranışlarını etkileyen ve yönlendiren birçok faktörün bir araya gelmesiyle ortaya çıkan bir kavramdır (Tiryaki, 2000). Motivasyonun karmaşık doğasından dolayı birçok sınıflandırması mevcuttur. Örneğin, Deci (1975) belirli davranış türlerini sergilemeye yönelik motivasyonların doğuştan ya da öğrenilmiş olduğunu ileri sürmüştür. Sloan'ın (1989) belirttiği gibi Harris'in (1973) genel olarak bireylerin spor etkinliklerine oradaki pekiştirici zevkler nedeniyle katılıma çekildiklerini belirtmiştir. Bu zevklerin çoğu sosyal veya psikolojik ihtiyaçları karşılamaktadır. Wann (1995), başka bir taraftar motivasyonunu grup ilişkileri, ekonomi, estetik, eğlence, kaçış, aile, pozitif gerilim ve özsaygı olarak sınıflandırmıştır. Taraftarların bir başka sınıflandırması da spor tüketimine yönelik motivasyonlarını risk alma, stresi azaltma, saldırganlık, ait olma, özsaygı, sosyalleşmeyi kolaylaştırma, rekabet, başarı, beceri ustalığı, estetik, değer geliştirme ve kendini gerçekleştirme olarak tanımlanmıştır (Milne ve McDonald 1999). Trail ve James (2001) ise başarı, bilgi, estetik, dram, kaçış, aile, fiziksel çekicilik, fiziksel beceri ve sosyalleşme olarak taraftar motivasyonunu sınıflandırmışlardır.

Kadın taraftar sayısının artması nedeniyle son zamanlarda Amerika Birleşik Devletleri'nde toplumsal cinsiyet bağlamında taraftarlık araştırmaları da ilgi çekici hale gelmiştir (Clark, Apostol opoulou ve Gladden, 2009), fakat bu çalışmaların bulguları çelişkili sonuçlar ortaya koymaktadır. Örneğin Dietz-Uhler, Harrick ve End (2000), kadınların erkeklere kıyasla sosyal güdülerle, arkadaşları ve aileleriyle vakit geçirme fırsatıyla daha fazla motive olduklarını iddia etmiştir.

Ancak başka araştırmalar sosyal etkileşimin her iki cinsiyetten taraftarlar için de önemli bir güdü olmadığını göstermektedir (James ve Ridinger, 2002). Bazı çalışmalar erkeklerin sporseverlikle daha güçlü bir şekilde özdeşleşebileceğini öne sürmüştür (Dietz-Uhler ve ark., 2000), ancak Wenner ve Gantz (1998) televizyonda spor izleme üzerine yaptıkları araştırmada, istatistiksel olarak ilgi düzeyinin kontrol edildiğinde, erkekler ve kadınlar arasındaki motivasyonel farklılıkların ortadan kalktığını ve dolayısıyla her iki cinsiyetin de davranış ve duygularının benzer olduğunu bulmuştur.

Kadın spor taraftarların motivasyonlarını ve davranışlarını araştıran birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların çoğunda Sloan'ın (1989) spor izleyicilerinin motivasyonlarıyla

ilgili çalışması ve onun farklı motivasyonların seyircinin sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşıladığı yönündeki iddiası kullanılmıştır. Dolayısıyla izleyiciler sahip oldukları sosyal ve psikolojik ihtiyaçlara göre farklılık gösterecek ve izleme motivasyonları bu ihtiyaçlara göre şekillenecektir. Ancak taraftarın cinsiyete dayalı güdülerine ilişkin araştırmada fikir birliğine varılamamıştır (Dietz-Uhler, Harrick, End ve Jacquemotte, 2000; Fink, Trail ve Anderson, 2002; James ve Ridinger, 2002; Wann, 1995; Wann, Schrader ve Wilson, 1999). Örneğin, Wann (1995) erkek ve kadınların spor izleme motivasyonlarında farklılık gösterdiğini ileri sürmüş ve erkeklerin özsaygı, kaçış, eğlence, ekonomi, estetik ve gruba bağlılık ölçümlerinde daha yüksek puanlar aldığını, kadın taraftarın ise spora katılmak için erkeklerden daha yüksek ailesel ve sosyal motivasyonlara ihtiyaç duyduğunu belirtmiştir. Dietz-Uhler ve ark. (2000) ve kadınların sosyal veya ailevi nedenlerle erkeklere göre daha fazla motive oldukları yönünde benzer sonuçlar bulmuşlardır. Bununla birlikte James ve Ridinger (2002) Midwestern üniversitesi öğrencileriyle gerçekleştirdikleri araştırmada, kolej kadın ve erkek basketbol seyircilerinin motivasyonunu incelemiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, seyirciler arasında cinsiyete bağlı olarak *eylem* ve *kaçış* motivasyonunda anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bununla birlikte, empati, eylem, bilgi ve sosyal etkileşim gibi yeni faktörlerin motivasyon üzerinde etkili olduğu ortaya konmuştur. Bu bulgular, basketbol seyircilerinin motivasyonunu anlamak içinde oldukça değerli bir çalışmadır. Robinson ve Trail (2005) spor etkinliklerinin cinsiyetinin ve türünün motivasyonları etkileyip etkilemediğini ve cinsiyetin spor türünün bağlılık noktaları üzerinde etkisi olup olmadığını araştırdıkları çalışmada sonuçlar, üniversite sporları örneğin; futbol, kadın basketbolu veya erkek basketbolu seyircilerinin motivasyon ve bağlılık noktaları açısından cinsiyet ve spor türlerine göre önemli farklılıklar olduğunu göstermiştir. Bu sonuç James ve Ridinger (2002) bulgularıyla benzerlik içermektedir, fakat geriye kalan sonuçlar James ve Ridinger ile örtüşmemektedir.

Çünkü cinsiyetlere motivasyonu etkileyen faktörler başarı veya estetik boyutundan farklı sonuçlar elde edilmiştir. Gencer (2015), futbol seyircilerinin cinsiyet farklığına göre bağlanma motivasyonlarını araştırdığı çalışmasında ise seyircileri arasında güdüler ve bağlanma noktaları açısından bir fark olmadığını göstermiştir. Erkek seyirci örnekleminde güdüler arasında dolaylı başarı alt ölçeği ön plana çıkarken, bağlanma noktaları arasında takım alt ölçeği ön plana çıkmaktadır. Kadın izleyiciler için güdüler arasında sosyal etkileşim alt boyutu, bağlanma noktaları arasında ise spor türü alt boyutu öne çıkmaktadır. Deaner, Balish ve Lombardo (2016) spora ilgi ve motivasyondaki belirgin cinsiyet farklılıklarını evrimsel bir perspektiften ele aldıkları derleme çalışmada, kadınların spor ilgisi çoğunlukla geçerli olsa da erkeklerin hem

katılım hem de seyircilik açısından kadınlardan çok daha fazla sporla ilgilendiğini gösteren pek çok kanıt olduğu sonucuna varmışlardır. Ayrıca bu kapsamlı literatür taraması sonucunda, tüm toplumlarda spora olan ilgide cinsiyet farklılığının mevcut olduğunu ve spor motivasyonunda cinsiyet farklılığına dair artan kanıtların bulunduğunu vurgulamışlardır.

Spor taraftarları tuttıkları takımı takip etmek ve destekleme için canlı izlemekle yetinmez aynı zamanda televizyon aracılığıyla da takımlarının takip ederler. En popüler tüketim araçlarından birisi olması nedeniyle televizyon izleme motivasyonu da araştırma konuları arasında yerini almıştır. Wenner ve Gantz (1998) televizyonda spor izleme konusunda yapılan çalışmalarda istatistiksel olarak kontrol edildiğinde kadın ve erkek arasındaki motivasyon farklılıkları olduğunu ve dolayısıyla farklı motivasyonların farklı spor türlerinin tüketimini etkileyebileceğini belirtmişlerdir. Bu tür farklılıklar spor tüketiminde büyük cinsiyet farklılıklarına yol açmaktadır: Örneğin ABD'de erkekler televizyonda yayınlanan spor müsabakalarını izlemek için yaklaşık iki kat daha fazla zaman harcıyorlar (Dietz-Uhler ve diğerleri, 2001; Gantz ve Wenner, 1991; Guttman, 1986). 37 ülkede 27.423'ü kadın, 22.270'i erkek olmak üzere toplam 49.729 katılımcıyla yakın zamanda yapılan bir araştırmada, erkeklerin kadınlara göre ortalama üç kat daha fazla televizyonda maç izledikleri tespit edilmiş ve 37 ülkeden 34'ünde de aynı sonuca ulaşılmıştır (Apostolou, 2015). Almanya'da yapılan bir araştırmada ise kadınların televizyonda spor tüketiminin sosyal motivasyonlarının ve/veya eğlence tercihlerinin erkeklere göre üstünlüğünden kaynaklandığı ile ilgili bir kanıt bulamamıştır (Meier ve Leinwather, 2012). Bu tercih farklılıkları izleme şekilleriyle doğrulansa da erkekler kadınlara göre ortalama iki kat daha fazla spor izlerken genel televizyon tüketiminde ise bir cinsiyet farkı olmadığını yönündedir (Sabo ve Veliz, 2008).

Alan yazında farklı spor dallarında taraftarları motive eden olgular da araştırılmıştır. Mehus (2005) Norveç'in Trondheim kentinde 399 futbol ve kayakla atlama seyircisinin motivasyonlarının cinsiyete göre incelendiği çalışmanın futbol seyircilerinin sosyal motivasyonlarının cinsiyetlere göre değişmediğini, fakat kayak atlama seyircilerinin motivasyonlarının cinsiyete göre değiştiği sonucuna varmıştır. Pope (2013) ise Giulianotti'nin (2002) taksonomisinden yararlanarak Birleşik Krallık'ta en popüler sporlardan olan futbol ve rugby kadın taraftarlarıyla yaptığı çalışmada, kadınların futbol ve rugby izleme motivasyonlarının farklı olduğunu belirtmiştir. Bu farklılığında taraftar arasındaki kültürel farklılığına dayandırmıştır.

4.4.5. Taraftar kimliği

Araştırmacılar uzun yıllardır taraftarların davranışlarının altında yatan nedenleri anlamaya yönelik çalışmalar sürdürmektedir. Başlangıçta araştırmacılar dikkatlerini tüketici davranışını anlamaya ve ekip kimliğini ölçmeye odaklanmışlardı (Wann ve Branscombe, 1990, 1993). Alanın gelişmesiye birlikte taraftara davranışını anlamak ve ölçmek için ekip kimliği yetersiz kalmıştır (Lock ve Heere, 2017).

Son yıllarda ise araştırmacılar, sosyolojinin teorik çerçevesini kullanarak spor taraftar davranışı üzerine yapılan araştırmalarda kimlik ve sosyal kimlik teorileri kullanmıştır (Delia, 2014; Heere ve James, 2007; Hogg ve Terry, 2000; Kwak ve Kang, 2009). Kimlik ve sosyal kimlik teorileri, bireyin benlik duygusuyla ilişkili davranışlarını anlamada faydalıdır (Hogg ve ark., 1995; Stryker, 1968). Sembolik etkileşimcilik geleneğini takip eden kimlik teorisi (Stryker, 1987) insanların yaptıkları şeyi neden yaptıklarını ya da yaptıkları seçimleri neden yaptıklarını anlamayı amaçlar. Kimlik teorisinin ana bileşenlerinden biri, benliğin kendisini bir nesne olarak kabul etme ve böylece kendisini diğer sınıflandırmalar veya kategorizasyonlarla ilişkili olarak sınıflandırma veya kategorize etme yeteneğidir (Stets ve Burke, 2000; Hogg ve ark., 1995). Bu kimlik teorisinde özdeşleşme olarak adlandırılır ve kimliğin özü, benliğin bir rolün sahibi olarak kategorize edilmesidir (Stets ve Burke, 2000: 2/14). Kimlik, zdeşleşme süreci aracılığıyla oluşur. Sosyal dünyadaki insanların ve nesnelerin tanımlanması ve ardından anlamlarının tanımlanması, sembolik etkileşimciliğin ve insan etkileşimlerinin temel bir bileşenidir (McCall ve Simmons, 1966). Özdeşleşme daha sonra roller ve performanslarla ilişkili anlamları ve beklentileri içerir ve sonuçta davranış için bir dizi kılavuz oluşturur. Kimlik teorisyenleri, bireyin benliğinin çoklu rollerden oluştuğunu savunur (Hogg ve ark., 1995).

Dahası bireyler üstlendikleri rollere önem verirler ve davranışlarının belirgin bir kimlikten etkilenme olasılığı daha az belirgin olanlara göre daha yüksektir (Arnett ve ark., 2003; Stryker, 1968).

Sosyal kimlik teorisi araştırmacıları, grup üyeliğinin bir grubun yesi olmaktan kaynaklanan farkındalık, değer ve duygusal önemin bir sonucu olarak bireyin genel benlik kavramına katkıda bulunduğunu ileri sürmüşlerdir (Tajfel ve Turner, 1979). Sosyal kimlik teorisi üç temel ilke tarafından yönlendirilir. İlk olarak bireyler olumlu bir sosyal kimliği sürdürmeye alışması. İkinci olarak ise olumlu sosyal kimlik i ve dış gruplar arasındaki olumlu karşılaştırmalardan türetildiği. Dolayısıyla bir bireyin bir grubun varlığını kabul etmesi, ait olduğu gruptan farklı

en az bir başka grubu gerektirir. Kendini kategorize etme süreci, benlik ile iç grup üyeleri arasında algılanan benzerliklerin (Ashmore ve ark., 2004; Hogg, 2001) ve benlik ile dış grup üyeleri arasında algılanan farklılıkların vurgulanmasını sağlar ve dış grup üyeleri arasında bir bağ kurmaya çalışırlar (Tajfel, 1982). Son olarak, sosyal kimlik olumsuz olduğunda, bireyler ya mevcut iç gruplarını daha olumlu hale getirmeye çalışırlar ya da grubu terk ederler (Tajfel ve Turner, 1979). Spor branşı, uluslararası bir müsabakaya katılma veya ailede spor yapan kişinin olması gibi sosyal kimlik düzeylerini etkileyen faktörler vardır (Türkay ve ark., 2020). Ek olarak, Ridinger ve James (2002) erkeklerin spordan önemli bir sosyal kimlik edindiklerini, oysa kadınların bunu yapmadığını bulmuşlardır.

Spor takımlarıyla özdeşleşme, grup üyesi bireylerde özsaygıyı artırır (Heere ve James, 2007). Taraftarların özdeşleşme süreci, spor taraftarlığı literatüründe temel bir yapı olmuştur. Takım özdeşleşmesi, bir bireyin, bir spor kuruluşu veya takımı ile kurduğu psikolojik bağın düzeyi olarak tanımlanmaktadır (Wann ve ark., 2001). Wann ve arkadaşları (2001) takım özdeşleşmesinin başlangıcını, bireyin bir takımı desteklediğine ve takip ettiğine dair biliş geliştirdiği an olarak tanımlamıştır. Araştırmalar, takımın konumu, geçmişi, takımdaki sporcular veya takımla ilgili diğer yapılar gibi bireylerde takım özdeşleşmesinin gelişimine katkıda bulunan çeşitli faktörleri ortaya çıkarmıştır. Örneğin, sporun türü veya menşe isi taraftarın özdeşleştiği unsurlar arasındadır (Lock ve ark., 2014).

Lock ve arkadaşları (2014), taraftar özdeşleşmesinin çok boyutlu olduğunu ve grupla bilişsel özdeşleşmeyi, grup içi ve grup dışı karşılaştırmasını ve grup üyeliğinden kaynaklanan duygulanım/duygusal değeri içerdiğini savunmuştur. Özellikle, birçok taraftar davranışı, tanınma, sosyalleşme ve sembolizm ihtiyaçlarından etkilenen grup içi kimliği teşvik eden eylemler olarak kabul edilir (Dionisio ve ark., 2008). Bir spor takımının taraftarları hem takıma hem de o takımın diğer taraftarlarına karşı bir bağlılık hisseder (Delia, 2014).

Keaton ve arkadaşları (2015), kolej futbolu taraftarlarının takımlarıyla özdeşleştiklerini göstermek ve iç grubun bir parçası gibi görünmek için takım gereçlerini kullandıklarını tespit etmiştir.

Takım kimliği kavramıyla yakından ilişkili olan sosyal kimlik teorisi, bir bireyin bir gruba ait olmanın algılanan farkındalığı ve değeri sayesinde kazandığı daha büyük benlik duygusunu tanımlar (Tajfel ve Turner, 1979). Bu teori kapsamında, bir takımla yüksek düzeyde özdeşleşen bir kişi, takımının başarılarının kendi başarıları olduğuna inanabilir ve bunun tam tersi olarak başarısızlık durumunda, bir mağlubiyetle bağlantılı çok olumsuz duygular gösterebilir (Crisp ve ark., 2007). Öte yandan, kötü performans gösteren bir takımın taraftarı, kimliğini olumlu

yönde haklı çıkarmak için desteğini performans dışı faktörlerle açıklayabilir (Reichl, 1997). Buna karşılık, bir takımla kendini çok güçlü bir şekilde özdeşleştirmeyen bir kişi maç sonucuna ilişkin duygu farklılıkları göstermeyecek ve bir maça gidip gitmemeye karar verirken daha çok kolaylık faktörlerini önemseyecektir (Bizman ve Yinon, 2002).

Diğer bir yandan sosyal kimlik teorisi, spor taraftarlarının davranışları ve rakip takımlara ve taraftarlarına yönelik duygularıyla büyük ölçüde bağlantılı olan grup içi kayırmacılık ve grup dışı ayrımcılık etrafında dönmektedir (Delia ve James, 2018). Dahası bireylerin kendilerini bir grupla ancak o grubun kendi benlik kavramlarına benzer olduğuna inandıkları takdirde ilişkilendireceklerini ve bunun da onları grubun aktif bir destekçisi olmak için harekete geçmeye yönelteceğini kabul etmek önemlidir (Cornwell ve Coote, 2005). Ekip özdeşleşmesinin teorik bir analizinde Lock ve Heere (2017), tarihsel olarak takım özdeşleşmesi tanımlarının iki kategoriye ayrıldığını vurgulamıştır: tüketiciden takıma ve tüketiciden gruba. Tüketiciden takıma araştırması, kimlik teorisine dayanma eğilimindedir (Lock ve Heere, 2017). Buna karşılık grupla tüketici araştırması, bir kuruluş için çalışan veya bir kuruluşu destekleyen tüketicilerin ortak kimliğini vurgulamaktadır ve sosyal kimlik ve takım kimliğine yol açan faktörlerle yakından bağlantılıdır.

Bireyler, sporla ilgili ritüellere katılma yoluyla da takım kimliği gösterebilirler. Maçlara katılmak, yüz boyamak ve takım lisanslı ürünleri satın almak, genellikle bir takımın taraftarlarını diğerinin taraftarlarından ayırmaya yardımcı olan (Fisher ve Wakefield, 1998; Sierra vd., 2012) ve taraftarların takımlarıyla sosyal olarak özdeşleşmelerini sağlayan ritüelistik davranışlar olarak kabul edilir (Kwak ve Kang, 2009). Spor taraftarı olma kimliği o kadar belirgin olabilir ki, kişi farklı sosyal bağlamlarda davranışını buna göre değiştirebilir. Örneğin, bir dış grup (örneğin rakip bir takım) mevcut olduğunda, taraftarlar oldukça dışlayıcı bir sosyal kimlik yapısında birleşecektir (Delia, 2014).

Hoeber ve Kerwin (2013), kadın taraftarların, erkeklerin aksine kadınların yanında farklı davranarak sporsever ve kadın kimlikleri arasında pazarlık yapmaya çalıştıklarını bulmuştur. Ayrıca takım kimliğinin yaş, cinsiyet veya ırk gibi taraftar demografik faktörleri arasında tutarsız sonuçlara ulaşılmaktadır, fakat tuttuğu takım bağlamında çok daha anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir (Wann ve James, 2018).

Taraftarlar, taraftar kimliklerinin hayatları için ne kadar önemli veya merkezi olduğu konusunda da farklılık gösterirler. Grossberg'in (1992, 58-59) de işaret ettiği gibi, bazı taraftarlar için taraftar kimliği, kimliklerinin baskın bir parçasını temsil ederken, diğer taraftarlar için ise sosyal kimlikleri baskın kimlik olabilir. Dolayısıyla, taraftar ve taraftar

olmayanlar arasında farklılıklar olduğu gibi, taraftarlar arasında da taraftarlığa ne kadarına hazır oldukları açısından farklılıklar vardır. Çalışma, taraftarların sosyal kimliklerine ne ölçüde hâkim olduğunu ve taraftarlık hakkında ne kadar bilgi sahibi olduklarını ortaya koymuştur.

Mevcut literatür incelendiğinde, sporla ilgili kimlik oluşum süreci konusunda boşluk bulunmaktadır. Bu boşluk, spor sosyolojisi literatürünün taraftar kimliğinin oluşumunu yeterince ele almamasından kaynaklanmaktadır (Jacobson, 2003). Öte yandan, kadın spor taraftarlarına yönelik takım kimliği araştırmalarına oldukça yetersiz ve mevcut araştırmaların çoğunluğu üniversite öğrencilerine veya kolej takımlarına odaklanmaktadır.



5. GEREÇ ve YÖNTEM

Bu bölümde öncelikle araştırmanın yürütülmesine yönelik metodolojik yaklaşım ve araştırma yöntemi açıklanmaktadır. Daha sonra örnekleme, katılımcılara erişimin müzakere edilmesi, etik hususlar, geçerlilik ve güvenilirlik ve son olarak veri toplamada izlenen yol ve veri analizine odaklanma dahil olmak üzere araştırma yöntemlerinin nasıl kullanıldığını açıkladık.

5.1.Araştırmanın Yaklaşımı

Paradigma, incelenilecek soruları ve bunların nasıl çözüleceğini ortaya çıkaran, gerçeğin ve gerçekliğin doğası hakkında varsayımlarda bulunan bir felsefe veya çerçevedir (Karataş, 2017). Paradigma, gerçekliğin doğası(ontoloji), bilginin doğası(epistemoloji) ve bu bilgiye hangi yollarla ulaşabileceği (metodoloji) ile ilişkilidir (Denzin ve Lincoln, 2008). Araştırma konuları aynı olsa bile araştırmacılar farklı bakış açısı ile farklı paradigmalar kullanarak araştırma konularını farklı şekilde ele alarak farklı sonuçlara varabilirler. Araştırmacı, incelemek istediği konuya bağlı olarak hangi paradigmanın ışığında araştırma yapacağını seçebilir. Bu araştırmanın yaklaşımı Tablo-1 olduğu gibi anti-pozitif yaklaşımının benimsemiş ve sosyal dünyayı değişken, çoklu ve öznel olarak açıklayan epistemolojik varsayımlar dayanmaktadır (Grix ve Maguire, 2014). Başka bir deyişle toplumsal hayatın ve sporun toplumsal cinsiyet ilişkilerine göre yapılandırılmış bir alan olduğunu ve bu bağlamda taraftarlık alanındaki erkek egemen yapıyı kadınlar gözünden nasıl algılandığını feminist bir bakış açısıyla bakan bir yaklaşım benimsenmiştir.

Spor alanında kadınların deneyimleri birçok perspektiften araştırma konusu olmuştur. Bu deneyimler, toplumsal cinsiyet eşitsizliği, cinsiyet normları, spor endüstrisi veya kadınların sporla ilişkisi gibi çeşitli faktörler tarafından şekillenmektedir (Washington ve Karen, 2001). Bu faktörlerin ve kadınların deneyimlerinin feminist bir bakış açısıyla eleştirel olarak incelenmesi, kadının bu alandaki konumunun anlaşılmasını mümkün kılmaktadır. Feminist bakış açısı yaklaşımı, bilginin sosyal olarak inşa edildiğini ve insanlar tarafından sosyal konumlarda (örneğin ırk, sınıf, cinsiyet) konumlandırıldığını ve bunun da onların dünyaya bakış açısını etkilediğini kabul eder (Mann, 2012). Feminist bakış açısı, kadınların yaşamları ve deneyimlerinin yanı sıra diğer dışlanmış gruplara odaklanarak daha eksiksiz bir bilgi tabanının elde edilebileceğini öne sürmektedir (Henwood ve Pidgeon, 1995). Bilim ve mühendislik gibi erkek egemen alanlarda veya bizim durumumuzda kadın taraftarların sesini duyurmak önemlidir. Henwood ve Pidgeon'un (1995, 8) açıkladığı gibi: ‘’kadınlar bilimde statü ve otorite

konumlarında yeterince temsil edilmiyor ve onların endişeleri çoğu zaman araştırmalarda tamamen göz ardı ediliyor veya yalnızca erkek normundan sapmalar olarak odaklanılıyor”.

Bu araştırmada da kadın futbol ve basketbol taraftarlarının deneyimlerini feminist yaklaşımla irdelleyerek içsel yolculuklarını, tribün deneyimlerini ve cinsiyetçi bir yapıya sahip olan taraftarlık alanı içinde kendi cinsiyetlerin ne kadar perform edebildiklerini ve kendilerini taraftarlık alanına ne kadar ait hissettiklerini ele almaya çalışacağız.

Tablo 1. Araştırma Yaklaşımı

Paradigma	Ontoloji	Epistemoloji	Kuramsal Perspektif	Yöntem
Anti-pozitivist	Çoklu	Öznel	Hegemonik	Fenemolojik
Feminist	gerçeklikler	Taraflı	Erkeklik	

5.1.1. Araştırma yöntemi

Sosyal bilimlerde bireylerin deneyimlerini anlayabilmek ya da keşfedilmek için esnek bir yönetime ihtiyaç duyulmaktadır. Bu esnekliği sağlayabilen araştırma yöntemi ise nitel araştırma yöntemidir. Nitel araştırma esnek bir araştırma yöntemidir (Yongsheng, 1989). Nitel araştırmalarını amacı toplumsal olguları veya bireysel sorunları deneyim yoluyla anlayabilmek ve çözebilmektir.

Sosya-kültürel bir alan olan sporu ve spor kültürünü anlayabilmek için bu alandaki olgu ve olaylar incelenirken genelleme yapmaktan ziyade onları anlamaya çalışmak daha değerlidir. Bize de olguların ve olayların esnek bir perspektifle araştırma olanağı sunan yöntem nitel araştırma yöntemidir. Nitel araştırmayı, “*gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma*” olarak tanımlamak mümkündür (Yıldırım ve Şimşek, 1999, 39).

Sporu hem bireysel hem de toplumsal yapısıyla içinde barındırdığı bireyleri bulundukları sosyal yapı ile araştırmak kıymetli olacaktır. Nitel araştırmalar bireylere fikirlerini açıkça dile getirmelerini ve olaylarla ilgili deneyimlerini anlatma olanağı verir (Creswell, 2015, s. 47–48). Çalışmamızda, taraftarlık olgusunun sporun toplumsal bir boyutunu temsil etmesi nitel araştırma yönteminin hem olgulara hem de bireylere öznel bir yaklaşım sağlaması nedeniyle

çalışmamız için daha uygun olduğunu düşündük. Böylece, kadın taraftarların konumları, diğer öznelere kurdukları ilişkiler ve deneyimlere giden bir yol yaratma fırsatı bulduk.

5.1.2. Araştırma Deseni

Sosyal ve beşerî bilimlerde sıklıkla kullanılan nitel araştırma yöntemlerinden biri fenomenoloji (phenomenology) desendir (Creswell, 2015). Fenomenoloji desen katılımcıların kişisel ve toplumsal yaşamlarını nasıl anlamlandırdıklarını ayrıntılı olarak keşfetmeyi sağlayan bir desendir. Fenomenoloji deseninde temel amaç fenomenin birey üzerindeki etkilerini anlamaktır. Bu nedenle hipotez testine dayalı nicel yöntemlerin aksine fenomenoloji, deneyimin altında yatan anlamı ortaya çıkarmaya çalışır (Wertz, 2005).

Fenomenolojik desen, bireylerin yaşadıkları deneyimleri keşfetmeye ve anlamaya odaklanan nitel bir araştırma yöntemidir. Bu yaklaşım, bilinçli deneyimin birinci şahıs perspektifinden incelenmesini vurgulayan felsefi bir gelenek olan fenomenolojiye dayanır. Felsefi disiplinlerin iç içe geçmesi yoluyla ortaya çıkan fenomenoloji desen belirli deneyimlerin, olayların ve durumların katılımcılar için taşıdığı anlam ifade eder (Smith, 2024).

Fenomenolojik desende geniş popülasyonlar arasında genelleme yapmak yerine kişisel deneyimlerin ayrıntılı incelemelerini sağlamayı amaçlar. Bu, araştırmacının katılımcıların kendi deneyimlerine ilişkin yorumlarını yorumladığı çift yönlü bir süreçtir. Bu süreçte araştırmacıların bireyler ve çevreleri arasındaki karmaşık ilişkiyi keşfetmelerini sağlayarak, genellikle açık uçlu röportajlar yoluyla insanların deneyimlerini nasıl yorumladıklarına ve tanımladıklarına odaklanmalarını sağlar. Bu yöntem, katılımcıların iç farkındalığının derinlemesine anlaşılmasına izin vererek, araştırmacıların katılımcıların bakış açılarının ve deneyimlerinin nüanslarını kavramak için öz-farkında ve açık fikirli olmalarının önemini vurgulamaktadır. Araştırmacılar, nitel metin analizi yazılımı aracılığıyla röportajlardan anlatıları damıtabilirler, ancak araştırmacının tarafsızlığı ve anlayışı sonuçları yorumlamada çok önemlidir.

5.1.3. Araştırma problemi ve alt problemler

Kadın taraftarların futbol ve basketbol maçlarını izlerken yaşadıkları deneyimler, toplumsal cinsiyet algıları ve rolleri bağlamında derinlemesine incelemek bu çalışmamızın birincil amaç iken, araştırmaya kapsamında dört alt problem belirlenmiştir:

Alt Problem 1: Futbol ve basketbol kadın taraftarlarının deneyimleri arasında ne gibi farklar vardır?

Alt Problem 2: Futbol ve basketbol kadın taraftarlığında cinsiyet normları ve kuralları nasıl işler?

Alt Problem 3: Tribünlerde futbol ve basketbol kadın taraftarları diğer taraftarlar tarafından nasıl karşılanır?

Alt Problem 4: Futbol ve basketbol kadın taraftarları nasıl taraftar kimliği oluştururlar?

5.2. Araştırmacının Konumu

Nitel çalışmalarda araştırmacının konumu ve konuya yaklaşımı araştırmanın sonucuna doğrudan etkileyen bir faktördür. Araştırmacının öznel bakış açısı ve tutumları, çalışmanın sonuçlarını şekillendirdiğinden, bir araştırmacı olarak dünyayı hangi gözle yorumladığımı bu kısımda açıklamaya çalışacağım. Kişisel bilgilerimi paylaşacağımdan dolayı *biz* değil *ben* dili kullanacağım.

Eski bir tenis sporcusu olarak tenis diğer sporlara nazaran kadın ve erkeğin daha eşit olduğu bir alandır. Antrenmanlarda bu çok net hissedilir. Örnek vermek gerekirse, kız ve erkek aynı antrenman grubunda yer alabilir veya turnuvalarda kız ve erkekler aynı kortta ısınabilir, genelde kız ve erkek arasında bir ayrım olduğunu hissetmezsiniz. Bir anlamda bu durum, tenis kültürünün içinde büyümenin aslında kadın ve erkeğin eşit olabileceğinin bir kanıtı oldu. Sporculuk hayatım sona erdikten sonra, tenisi ve tenis kültürünü çok sevmemden dolayı antrenör olma kararı aldım. Fakat iş hayatında, eşitlik yerine, baskın bir erkekliğin varlığını hissettiğimden bu durum beni tekrar eleştirel düşünceye sürükledi. Benim dünya anlayışıma çok ters olan bu itaat anlayışın karşısında duran feminizm yaklaşımı benimsedim ve hayatımın her alanında azınlıkların haklarını korumaya çalışan ve ezilenin yanında olan bir duruş sergiledim. Ben her zaman kalıplara uymayı reddeden, sorgulayan ve gözlemleyen alanda olmayı tercih ettim. Fakat bizim gibi ataerkil bir toplumda çok zorlandığım, dışlandığım veya hakkımın yenildiği zamanlar oldu ama duruşumdan hiç ödün vermedim.

Bundan dolayıdır ki, akademik kariyerim boyunca, kökleşmiş yapılara karşı eleştirel bakan ve bana göre neyin doğru olduğunu bulmaya çalışan bir yaklaşımla hareket ettim. Araştırma alanımı seçerken de aynı yaklaşımla, alanın eksiklerini feminist bir bakış açısıyla incelemeye ve irdelemeye başladım. Benim ilgi alanım olgular, olaylardan çok insanlar olmuştur. İnsanların neyi neden yaptığıyla ilgilenen ve sorgulayan bir yapıya sahibim, bu da beni spor bilimlerinde sosyal alana yönlendirdi. Alandaki araştırmalarım esnasında ilk olarak kendi bakış açımı oluşturabilmek için öncelikle bilimsel paradigmaları araştırmaya başladım. Ülkemizde spor bilimlerinde süre gelen baskın paradigmanın tam karşısında duran bir bakış açısına sahip olduğumu fark ettim. İnsanın iç dünyasını anlayabilmemin sayısal olarak ölçülebileceği

yaklaşım, benim dünya görüşüme tamamen ters bir yaklaşımdı. Bundan dolayıdır ki nitel yaklaşımla ilerlemem gerektiğini keşfetmiş oldum.

Araştırmalarım sonucunda nicel araştırma yönteminin spor bilimlerinde gelenek haline gelmesinin nedenlerini, örneğin eğitim kurumlarında ekol olması, popülerliği ve daha kolaylıkla sonuca ulaşılması gibi birçok özelliğinin olması dahi benim bakış açımı değiştirmede (Açıkgöz, Elmas ve Aşçı, 2018).

Bakış açımı belirledikten sonra, kendim de bir azınlık olduğundan, her zaman kadın ve kadın hakları üzerine kafa yordüğüm ve savaştığım bir alan oldu. Bu nedenle araştırmalarımı kadın çalışmaları üzerine yoğunlaştırdım. Spor ve kadın çalışmaları son yıllarda araştırmacılar tarafında ilgi çekici bulunsada sporun bazı alanlarında hala büyük boşluklar bulunmaktadır. Bu alanlardan birinin de taraftarlık alanı olması ve sporculuk geçmişimden dolayı, taraftarlık alanında bulunmam ve tanındık olmam alanı bana ilgili çekici kıldı.

Kendi taraftarlık deneyimlerimden de yola çıkarak alanın erkek egemen bir kültüre sahip olması beni eleştirel bir bakış açısıyla alanı incelemeye itti. Araştırmacı olarak kendimi, alanı incelemek hem de diğer kadın taraftarlarının deneyimlerini anlayabilmek ve anlamlandırabilmek için feminist bakış açısını kullanarak konumlandırımdı.

5.3. Araştırma Katılımcı Grubu

Örneklem, evrenin belirli bir kısmı arasından seçilmiş olan ve evreni temsil ettiği kabul edilen bireylerden oluşmaktadır. Bu araştırmada örnekleme belirlemek için amaçlı örneklem yöntemi kullanıldı. Amaçlı örnekleme yönetimi çalışılan insanlar, olaylar, topluluklar veya kültürler hakkında iç görüş kazanılmasını hedefler (Patton, 2002). Bu tez çalışması kapsamında amaçlı örneklem yöntemlerinden olan ölçüt örneklem ve kartopu örnekleme yöntemlerinden faydalandı. Araştırmacı toplum olaylarını ya da olgularını anlamaya ve bunların arasındaki ilişkileri keşfedip açıklamaya çalışır. Ölçüt örneklem, katılımcı kriterlerini belirlemek için araştırmacı olayları veya durumları gözlem yoluyla belirler. Bu durumda örneklem için belirlenen kriterleri sağlayan örneklem kullanılır (Patton, 2002). Ayrıca çalışmanın kriterlerine uyan katılımcılara daha rahat bir şekilde ulaşabilmeyi sağlamak amacıyla amaçlı, örneklem yöntemlerinden olan kartopu örnekleme yöntemleri kullanıldı. Kartopu örneklem yaklaşımı, araştırmanın problemine ilişkin zengin bilgi kaynağı olabilecek kişilerden diğer görüşülecek kişilere ulaşılması ve bir kartopu gibi gittikçe büyüyen örneklemin meydana gelmesini sağlar (Kümbetoğlu, 2008).

Yukarıdaki örnekleme yöntemi doğrultusunda katılımcıların kriterleri şu şekilde belirlendi; 1) Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray gibi Türkiye’de en çok taraftar grubuna sahip takımların

yanı sıra farklı takımların taraftarı olması, 2) düzenli olarak tribünde maç izlemeseler dahi tribün içi atmosferi aktarabilmeleri için hayatlarında en az bir kez tribünde maç izleme deneyimine sahip olmaları, 3) herhangi bir taraftar grubuna mensup olmayan fakat takımını destekliyor olması. Spor alanında kadın görünürlüğünün en az olduğu alanlardan biri de taraftarlık alanıdır. Literatür taramasında alanla ilgi çalışmaların büyük çoğunluğunun futbol sporu özelinde yapıldığı görülmüştür. En çok taraftar sayısına sahip olan ve hegemonik erkekliğin baskın olarak hissedildiği futbol taraftarlığı olsa da basketbol kadın taraftar sayısı da oldukça yoğun ve kadınların ilgi duyduğu bir alandır. Futbol taraftar kültürünün baskın olarak erkek egemenliği altında cinsiyetlendirilmiş bir kültür olduğu literatürde net bir şekilde ifade edilmiştir (Kuper, 1996; Giulianotti ve Armstrong, 1997; Sarıkulak ve Koca, 2019; Gosling, 2007). Kadın futbol taraftarları üzerine yeterli çalışma olmasa da taraftarlık deneyimleri üzerine çalışmalar mevcuttur. Bunun yanı sıra kadınların diğer spor dallarındaki deneyimleriyle ilişkili çalışmalara rastlanmamaktadır. Basketbol da futbol gibi dünyada ve ülkemizde taraftar sayısı ve izleyicisi en çok olan spor dallarından biridir. Basketbol alanının hem sayıca yeterli taraftar sayısına sahip olması hem de oynanan oyunun sertliğinden dolayı erkeksi olması, alan yazındaki çalışmalarda dikkate alınarak, basketbol kadın taraftarlarının deneyimleriyle bu bağlamda değerli olduğu ve gerekliliği düşünülerek çalışmaya dahil edilmiştir.

Yukarıda sıralanan kriterlere uyan demografik özellikleri Ek 1’de yer alan 22 kadın taraftar ile bireysel görüşmeler gerçekleştirilmiştir; taraftarların kimlikleri gizli tutulmuş olup, metin içinde görüşmelerden alıntılara yer verildiğinde basketbol taraftarları BT1, BT2..... futbol taraftarları ise FT1, FT2... olarak adlandırılmıştır. Araştırmaya katılacak olan katılımcıları bulabilmek için öncelikle üç büyük takımın taraftar gruplarıyla iletişime geçtim, yönlendirmeler doğrultusunda diğer katılımcılara kartopu yöntemiyle ulaştım. Kartopu örnekleme yöntemi araştırmanın katılımcı kriterlere uyan farklı potansiyel katılımcılar ile iletişime geçilebilmesi için kullanılan bir metottur (Tracy, 2010).

Katılımcı sayısını belirlemek için veri doygunluğunu göz önünde bulundurduk. Veri doygunluğu verilerden elde edilen kodların ve temaların tekrarlanmaya başladığı nokta olarak tanımlanabilir (Braun ve Clarke 2019). Doygun ve zengin veri elde edebilmek adına katılımcıların farklı takımın taraftarlarından, farklı sosyokültürel geçmişlere sahip olanlar arasından seçtik; verilerin kendilerini tekrar ettiği durumlarda görüşmeler sona erdirdik.

5.4. Geçerlik ve güvenilirlik

Nitel araştırmaların kökeni, elde edebileceğimiz tüm bilgilerin kendi bakış açımız, amaçlarımız tarafından aracılık edildiğini ve sınırlandırıldığını savunan fenomenoloji, pragmatizm ve yapılandırmacılık gibi felsefi geleneklere dayanmaktadır (Camic, 2021).

Nitel araştırmaların doğası gereği araştırmacıların ve katılımcıların faaliyetlerinden ve önyargılarından etkilenmeyen *nesnel* bilgi elde etmeye yönelik geleneksel bilimsel bilgi edinimi imkansızdır.

Nitel araştırmalarda geçerlik, genellikle üçgenleme teknikliği ile sağlanır. Üçgenleme, tek bir olgunun incelenmesinde iki veya daha fazla veri kaynağının, yöntemin, araştırmacının, teorik perspektifin ve analiz yaklaşımının kullanılması ve ardından bunlar arasındaki uyumun doğrulanması anlamına gelir. Üçgenlemenin temel amacı, araştırmacıların önyargılarını ortadan kaldırmak ve tek araştırmacı, tek teori ya da tek yöntemle yapılan çalışmalara özgü eksikliklerin üstesinden gelerek çalışmanın geçerliliğini yükseltmektir (Denzil, 2017). Araştırma sorumuzun sosyal bir olgu olmasından dolayı biz, üçgenleme tekniğinden yararlanarak, bireysel görüşmelerde elde ettiğimiz verileri konuya hâkim bir sosyolog ve spor sosyolojisi alanında doktora yapan bir öğrenciyle paylaştık. Verileri yorumlamalarını isteyerek, farklı bakış açıları kullanıp önyargıyı en aza indirdik ve böylece araştırmanın geçerliliğini güçlendirdik.

Özellikle kodlamaların insan eliyle yapılması söz konusu olduğunda, güvenilirlik, içerik analizinde muhtemelen en önemli testlerden biridir. Genel olarak bu, farklı kişilere belirli bir kodlama şeması verildiğinde kodlama sonuçlarının aynı (yani tekrarlanabilir) olması gerektiği anlamına gelir. Krippendorff (2018) içerik analizinde güvenilirlik için üç adım önermiştir. İlk adım kararlılıktır. Kararlılık, verilerin aynı kodlayıcı tarafından farklı zamanlarda yeniden kodlanmasına atıfta bulunarak analizin ne ölçüde değişmez olduğunu ortaya çıkarmaya destekler. Bu aşamada araştırmacı olarak kendim veri setlerini üç farklı zamanda kodladım. İkinci adım olan tekrarlanabilirlik; farklı kodlayıcılar tarafından verilerin kodlanmasıdır. Bu işlem ise tutarsızlıkların ortan kaldırılmasına destek olur. Son olarak doğruluk, bilinen bir standarda uyma sürecini ifade eder. Farklı kodlayıcılar tarafında oluşturulan kodların standart bir kod haritası çıkararak araştırmanın güvenilirliğini artırır.

5.5. Etik konular

Tüm prosedürlerin gerçekleştirilebilmesi, araştırmaya başlanabilmesi ve çalışmanın yapılabilmesi için Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsünden Etik Kurul Onayı (23.05.2022-59) aldıktan sonra araştırma sahasında veri toplama süreci başlamıştır.

Araştırmanın veri toplama işlemi ise Ocak ile Mayıs 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırmalarda etik konuların hassasiyeti oldukça önemli bir konu olduğundan dolayı bize çalışmanın başından sonuna kadar ESRC'nin Araştırma Etiği Çerçevesi (2005) tarafından belirlenen etik yönergelerle sıkı sıkıya bağlı kaldık (Balcı ve Ahi, 2017).

Bu nedenle yüz yüze görüşme yapmadan önce telefon görüşmesinde katılımcıları bilgilendirilmiş onam alınmış ve görüşmeler yapılmadan önce *katılımcılar araştırmanın ne hakkında olduğu, görüşmelerin pandemi koşulları yüzünden Zoom platformumundu yapılacağı, neden yapıldığı ve nasıl yaygınlaştırılacağı ve kullanılacağı* bilgileri ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Ayrıca katılımcılara ESRC'nin Araştırma Etiği Çerçevesi (2005) yönergesine uygun olarak katılımcılar, katılımı reddetme ve istedikleri zaman süreçten çekilme hakları konusunda bilgilendirilmiştir. Görüşmenin ses kaydının alınması için izin istenmiştir, tüm görüşmeciler bunu kabul etmiştir ancak reddetmiş olsalardı bunun yerine görüşme sırasında (rızalarıyla) notlar alınacaktı.

Nitel araştırmalarda araştırmacının diğer en önemli görevlerinden biri katılımcıların mahremiyetini korumaktır. Katılımcıların mahremiyetini korumak adına katılımcıların adları yerine tutukları branşın baş harflerini kullanarak takma isimler oluşturduk.

5.6. Veri toplama tekniği ve süreci

Veri toplama süreci Ocak 2023 yılında başladı ve veri toplama işlemi Mayıs 2023'te tamamlandı. İlk olarak, katılımcılarla 5-6 dakika süren telefon görüşmeleri yapıldı ve araştırmanın konusu hakkında bilgi verildi. Ardından, araştırmaya katılmak isteyen katılımcılardan uygun zamanları öğrenildi. Katılımcıların isteği doğrultusunda görüşme günü belirlendi.

Öncelikle görüşme gününde, katılımcılara ilk olarak araştırma kapsamındaki soruları sormadan önce araştırmanın amacını sözel olarak açıklandıktan sonra "Gönüllü Katılım Formunu" (EK 4) ve "Onam Formu" (EK 5) e posta yoluyla gönderilip okuyup imzalamalarını ve sonra tekrar e posta yoluyla geri gönderilmelerini istedik. Gönüllülük Katılım formunun (EK 4) içeriği, araştırmaya katılım süreci ve etik kuralları içermektedir. Formda, araştırmaya katılımın tamamen gönüllülük esasına dayandığı, katılımcıların istemedikleri sorulara cevap vermek zorunda olmadıkları anlatıldı ve katılımcılara görüşmede sorulan sorulara verilecek cevapların kimseyle paylaşılmayacağı bilgisi verildi. Ayrıca, katılımcıların metin üzerinde ekleme, çıkartma ve düzeltme yapabilecekleri de belirtildi. Formda bulunan iletişim bilgilerim ile istedikleri zaman bana ulaşabilecekleri ve araştırma ile ilgili soru sorabilecekleri ibraz edildi. Katılımcı formu imzaladıktan sonra katılımcıya formun bir kopyasını gönderdik.

Görüşmeler esnasında katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini ortaya çıkarabilme adına kişisel bilgi formundaki soruları (EK 2) yönelttik. Bu formda katılımcıların yaş, eğitim, maça gitme sıklığı varsa spor branşları ve hangi takımı tutuklarıyla ilgili sorular sorduk. Diğer yandan tez kapsamında taraftarlık olgusunu derinlemesine araştırabilmek için yarı yapılandırılmış bireysel görüşme tekniği ile veriler topladık. Bireysel (derinlemesine) görüşme tekniği nitel araştırmalarda sıkça kullanılan ve bireyin deneyimlerini derinlemesine anlamayı ve keşfetmeyi sağlayan bir veri toplama aracıdır (Henderson, 1991). Bireysel görüşme tekniğinin kullanarak yarı yapılandırılmış görüşme formunda soruları hazırladık. Görüşmelerde belirli konuların ele alınmasını sağlamak ve aynı zamanda katılımcıya yanıt verme konusunda daha fazla özgürlük vermek ve katılımcı tarafından gündeme getirilen konuların öneminin göz ardı edilmemesini sağlamak için yarı yapılandırılmış (Lampard ve Pole, 2015; Bryman, 2016) görüşme tekniği kullandık. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği araştırmacıya hem esneklik sağlayan hem de katılımcıların kendi düşüncelerini aktarabilmelerini sağlayan bir tekniktir (Merriam, 2018). Araştırmacıya görüşme esnasında bazı görüşme sorularını değiştirebilme esnekliği sağlayarak daha derine inebilmesi sağlanırken, katılımcının da sürece dahil olması sağlanır. Görüşme programı dört farklı tema ya da konuya bölünmüş olsa da tartışmanın akışını korumak için gerektiğinde bu dört temanın sırasını değiştirmeme olanak tanıyan bir esneklik mevcuttu. Burgess (2003) görüşmeyi *amacı olan bir sohbet* olarak tanımladığını aktarır ve görüşmenin *esnek* olabileceğini ancak aynı zamanda *kontrollü* de olması gerektiğini öne sürer. Bu bağlamda katılımcılara taraftarlık deneyimleriyle ilgili 16 adet soru sorulmuş olup (EK 3) özel sorular sorulmadı. Görüşmeler ise pandemi koşulları nedeniyle Zoom platformu üzerinden 30-45 dakika arası sürdü ve görüşmelerin tamamının ses kaydı veya video kaydı tutuldu

5.7. Verilerin Analizi

Nitel araştırmalarda, metodolojinin tasarımı bir dereceye kadar araştırmacı tarafından belirlenebilir olsa da (Clarke, 1997; Collis ve Hussey, 2003), çalışmanın temel problemi ve teorik dayanağıyla ilişkilendirilerek belirlenir. Araştırmamızın temel problemi, kadın taraftarların taraftarlık kültüründeki deneyimlerini, tutumlarını ve değerlerini ortaya çıkarmak ve kadınların mesajlarını görünür kılmaktır. Kadın taraftarların gömülü mesajlarını ortaya çıkarmak için verileri içerik analizi yöntemini kullanarak analiz etmeyi tercih ettik. İçerik analizi, metinsel verilerin bilgi içeriklerini analiz etmek için kullanılan sistematik, kurallara dayalı tekniklerden oluşan bir ailedir (Mayring, 2000). Kısaca metnin anlamını tespit etmeye çalıştığı söylenebilir. İçerik analizi ayrıca kelimelerin varlığından ziyade anlamsal ilişkilere ve genel olarak metnin anlamına daha fazla vurgu yapar. Benzer anlamlara sahip metin gövdelerini kategorize ederek basitçe kelime veya sütun saymanın ötesine geçer (Weber, 1990).

Bu kategoriler, açık içeriğin ötesine geçer ve aynı zamanda çıkarımsal iletişimi veya gizli içeriği de içerir. Hsieh ve Shannon (2005), nihai olarak nitel içerik analizini “tema veya kalıpları belirlemek için kodlama ve sistematik sınıflandırma süreci yoluyla metinsel verilerin içeriğini öznel olarak yorumlamaya yönelik bir araştırma yöntemi” olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda çalışmamızda metinlerin içindeki gizli mesajları ortaya çıkarmak için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

Bu noktada içerik analizinin metinlerden, görsellerden veya anlamı olan her türlü mesajdan *içerik* çıkarmaya yönelik sistematik ve titiz bir yöntem olduğu açıkça anlaşılmalıdır. Böyle bir yaklaşımla birlikte bir araştırma girişimini kolaylaştırmak, işletmek ve değerlendirmek için belirli standartlar ve strateji gerekir. Bu standardizasyon bize sistematik bir analiz yöntemi sunarak verileri doğrulamamıza olanak sağlar (Gheyle ve Jacobs, 2017). Bize bu doğrultuda ilk olarak bireysel görüşmelerinden elde edilen kayıtları *Microsoft Office* uygulaması olan *Word* ortamına aktararak, deşifre ettik. Bu noktadan sonra deşifre ettiğimizi verileri içerik analizi gerçekleştirme sürecinde verilerin kodlanması, temaların bulunması, temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması, yorumlanması ve bulguların görsel haline getirebilmek için Maxqda programı kullanmayı tercih ettik. Maxqda programı nitel ve nicel verilerin sistematik olarak düzenlenmesini, analiz edilmesini ve değerlendirilmesini sağlayan bir bilgisayar yazılım programıdır. Maxqda programı temelde nitel verilerin deşifre edilmesi (transkript), kodlanması, notların (memoların) oluşturulması, tema ve kategorilerin nicelleştirilmesi, nitel verilerin görselleştirilmesi ve modellerin oluşturulması gibi konularda araştırmacılara kolaylık sağlamaktadır.

Deşifre işlemini tamamlandıktan sonra doğru olduğundan emin olmak için kayıtları tekrar dinleyerek, kayıtlar ve transkriptin karşılaştırılmasını sağladık. Ayrıca deşifre esnasında katılımcıların görüşme sırasında vurgu yaptığı bölümleri işaretledik. Görüşme sırasında meydana gelen olayların yorumlanmasına ilişkin ek araştırmacı yorumları eklenmesi, ham verilerle tekrar karıştırılmamaları için hayati önem taşır (Forman ve Damschroder, 2007).

Ardından, bir sonraki adım olan verilerin sınıflandırmasını sağlayan kodlama aşamasına geçtik. Kodlama, araştırmacı tarafından, verilerin yorumlamasını kolaylaştırmak, verileri kategorilere göre düzenlemek amacıyla kullanılır. Kodlar, bir veri kümesinden verileri kapsamlı bir şekilde tanımlayıp geri almak için bir araç oluşturmanın yanı sıra araştırmacının, transkript biçiminde kolayca ayırt edilemeyen verilerin büyük resmin görmesine de olanak sağlar. Coffey ve Atkinson'ın belirttiği gibi, “veriye kod eklemek ve kavram üretmek, verilerimizin ne söylediğini titizlikle gözden geçirmemizi sağlamada önemli işleve sahiptir” (Coffey ve

Atkinson, 1996, 27). Farklı kodlara karşılık gelen çeşitli ifadeleri farklı renklerle vurguladık. Her kod, metnin o bölümünde ifade edilen fikir veya duyguyu tanımlar.

Nihai kodları belirledikten sonra temaları belirlemek için tematik analiz yöntemi kullandık. Tematik analiz, veri içindeki örüntüleri tanımlamak, analiz etmek ve raporlamak için kullanılan bir yöntemdir (Braun ve Clarke, 2006). Veri setinizi asgari düzeyde düzenler ve ayrıntılarla tanımlar. Çalışmadaki diğer araştırmacılarla birlikte bir dizi aday temalar oluşturduktan sonra adaya temalar üzerinden tekrar geçerek, bazı temaların gereksiz veya birleştirilebilir olduğu konusunda hemfikir olduk. Bu süreçte tekrar tekrar başa dönerek, gözden kaçırılan bir şey olmaması için titiz bir çalışma gerçekleştirdik. Tematik analiz, araştırmacıya bu esnekliği sağlayan bir yöntemdir. Bu süreçler sonunda araştırmanın kuramsal çerçevesi kapsamında temalarınızı belirledik. Son olarak MAXQDA programı aracılığıyla ortaya çıkan sonuçları görselleştirdik.

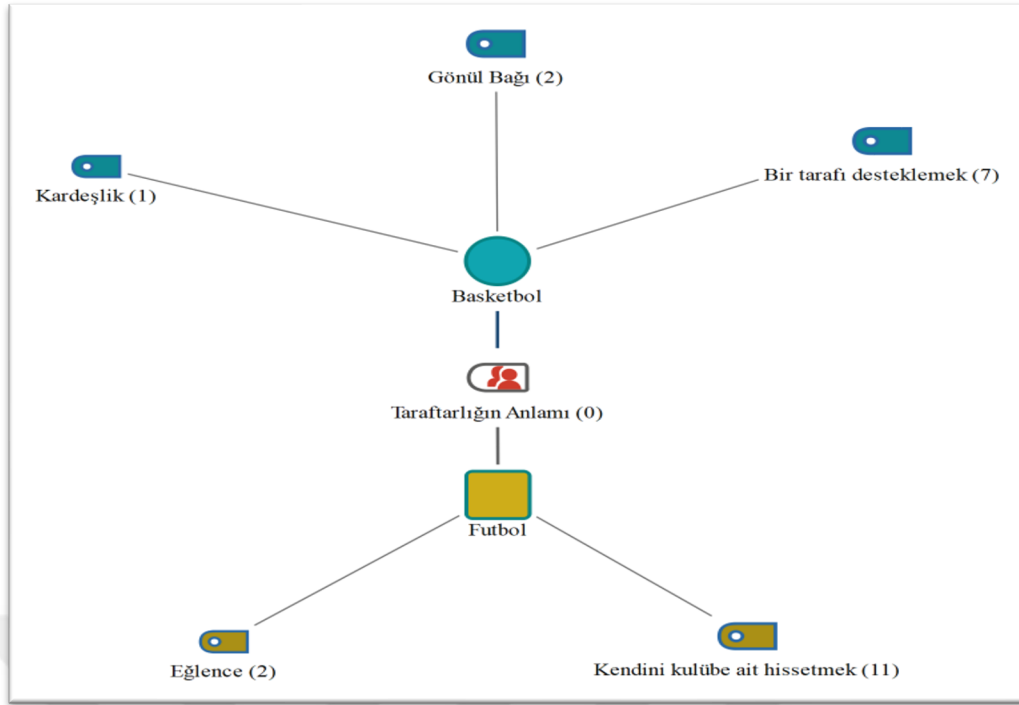
6. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde katılımcılarla gerçekleştirilen bireysel görüşmelerin içerik analizi sonucunda ulaşılan temalar ve her temanın altında temayı temsil eden alt temalar sunulmuş ve yorumlanmıştır. Nitel yöntemlerle yapılan araştırmalarda doğası gereği bulgular ile yorumların beraber sunulması anlatının akışını güçlendirir ve verilerin daha bütüncül bir şekilde yorumlanmasını olanak tanır (Morris-Roberts, 2013). Her temanın içinde temayla ve araştırmanın kuramsal çerçevesiyle bağlantılı bir şekilde yorumladık. Araştırmanın nitel verilerinin sunumunda ise MAXQDA ile ortaya çıkan kod haritaları görsel olarak sunduk.

6.1. Futbol ve basketbol kadın taraftarlarının deneyimleri

Araştırmanın bu bölümünde ilk teması olan kadın futbol ve basketbol taraftarların deneyimlerini ve bu deneyimler arasında fark var olup olmadığını sunduk. Bu bağlamda alt başlıklar olarak belirlediğimiz taraftarlığın ne anlama geldiği, ilk maç deneyimlerini, tutukları takımı nasıl seçtikleri, canlı maç seyretme ritüellerini, kadın taraftarlar hakkındaki görüşlerine odaklandık. Bu sayede kadınların taraftarlık alanlarına nasıl giriş yaptıklarını, alanla ilgili duygusal bağlarını, taraftar olma aşamalarını ve taraftarlığın onlar için ne anlama geldiğini anlamaya çalışarak taraftarlık alanını tanımaya çalıştık.

Spor taraftarı olmak eğlenceden daha büyük bir anlam içerir. Bireylerin aidiyet duygusunun güçlendirir, bir grubun parçası olarak güven duygusu sağlar ve beklide en önemlisi bireylerin hayatlarına anlam katmaktadır (Delia ve ark., 2021) Takım kimliği ve aidiyet üzerine yapılan araştırmalar, taraftar topluluklarında yakın ilişkilerin ve sosyal adaletin önemini altını çizerek, aile ve arkadaşlarla bağlantı kurmanın veya kadın sporlarını desteklemenin taraftarların ruh sağlığı üzerinde önemli bir etkiye sahip olabileceğinin vurgular (Delia ve ark., 2021; Dixon, 2015). Dahası duygu pratiği yaklaşımı, spor taraftar ait olma ve bağlantı duygularını teşvik ettiğini, yaşam olayları sırasında taraftarları destekleyebilen ve mevcut ırksal hiyerarşiler içinde de olsa bireyleri ortak semboller aracılığıyla birbirine bağlayabilen duygusal sermaye olarak hizmet ettiğini ileri sürmektedir (Van Driel ve ark., 2019). Genel olarak taraftar olmak kişisel ihtiyaçları karşılar ve aynı zamanda sosyal bütünleşmeye ve iletişime de katkıda bulunur. Bu bağlamda kadın taraftarların deneyimlerini çözümleyebilmek için öncelikle taraftarlığın ne anlama geldiğini öğrenebilmek için sorular yönelttik. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlardan hareketle oluşturulan kod haritası Şekil 1’de sunulmaktadır.



Şekil 1: Taraftarlığın anlamı

Katılımcıların taraftarlığın anlamına ilişkin görüşlerinin dağılımı incelendiğinde basketbol kadın taraftarlarının ağırlıklı olarak taraftarlığı bir tarafı desteklemek (f=7) sonucu çıkmıştır.

Katılımcı görüşlerinden kesitler aşağıdaki gibidir:

- “Taraftarlık, sanırım desteklediğiniz bir takımı desteklemek demek, ama sadece ekran başında değil sahada da olmak, formalarını satın alarak yönetim kurulunun yanında bulunmaya çalışmak veya sosyal medyada desteklemek demek. Taraftar olmak, aslında günlük hayatta sahip olmadığınız adrenalin duygusunu tattırıyor, heyecan veriyor ve birliktelik hissi veriyor, özel bir şekilde.” (BT4, öğrenci, 19 yaş)
- “Zor bir soru, taraftarlık bir takımı sevmek, desteklemek ve yanında olmak demek, kazansa da kaybetse de takip etmek demek. Hangi sporcu transfer oldu, bu sene ne yapıyor, maçlarını takip etmek demek. Sadece tek bir branşa değil, aslında hepsini takip etmek gerekiyor gerçek bir taraftarlık için. Ben maçı çok duygusal bir şekilde izlemem, ama kendimden geçercesine seyrederim. Maç izlemek beni tabii ki çok heyecanlandırıyor ve adrenalin salgılıyorum, hoşuma gidiyor. Ama takım kaybetti diye kendimi yerden yere atmam.” (BT6, eski basketbol oyuncusu, işletmeci, 46 yaş)

Reysen ve Branscombe, 2010'da yaptıkları çalışmada, taraftarların bir grup içindeymiş gibi hissettiklerini, aktif bir taraftar grubunun bir parçası olmasalar bile, sonucuna varmışlardır. Genel olarak, farklı ilgi alanlarındaki taraftar davranışlarının altında yatan ortak psikolojik ve sosyal mekanizmalar olduğunu ve taraftarlık deneyimlerinin evrensel olarak benzer olduğunu vurgulamaktadır. Bu çalışma, çalışmamızı destekler niteliktedir. Basketbol kadın taraftarlarının çoğunluğu, taraftarlık konusunda fanatikliğe kaçmayacak düzeyde bir kulübü desteklemenin önemli olduğunu vurgulamaktadır. Bu konuyla ilgili hem çalışmamızı hem de bu fikri destekleyen çalışmalar literatürde bulunmasına rağmen, tam zıt fikri savunan sonuçlar da bulunmaktadır. Örneğin, birçok kadın taraftar, fanatiklerin spor camiasına getirdiği tutkuyu ve adanmışlığı takdir etmektedir. Ayrıca, fanatik taraftarların maçlardaki atmosferi geliştirebileceğini ve canlı bir spor kültürüne katkıda bulunabileceğini düşünen kadın taraftarlar da vardır (Toffoletti, 2017).

Türkiye’de 258 kadın taraftarla yapılan çalışmada maçlarını takip nedeni %65,1’le “Tuttuğu takımı desteklemek” iken bunu takip teme neden “’arkadaşlarımla birlikte olmak iken örneklem grubundaki kadın taraftarların %35,3’ü kendini sporsever olarak tanımlarken, %22,9’u fanatik, %15,9’u ise holigan olarak tanımlamaktadır. Kendini sadece taraftar olarak tanımlayanların oranı ise %25,8’dir (Yılmaz, 2016).

Bununla ilgili olarak katılımcı görüşlerinden kesitler aşağıdaki gibidir:

- “Benim için taraftarlık, fanatikle ilgili olmayan bir şeydir. Örneğin, kuzenim çok aşırı fanatik bir insandır (erkek), yani maçlar sırasında çok sinirlenir. Ben ise sadece bir maç izlemeye gidiyorum ve bir tarafı tutuyorum. Sadece kazandığında sevindiğim bir taraf olacak, çünkü ona göre tezahürat yapacağım falan.” (BT2, öğrenci, 20 yaşında)
- “Taraftarlık fanatizm olmadığını düşünen biriyim, yani hayatım boyunca çok fanatik bir taraftar olmadım. Takımı desteklemek, onlara manevi olarak destek sağlamak anlamına geliyor benim için. Yani takıma manevi destek vermek için maça gidiyorum. Holiganlık gibi taraftar davranışlarından pek hoşlanmıyorum aslında. Ben sadece manevi destek için maç izlemeye gidiyorum.” (BT7, spor kulübü koordinatör yardımcısı, 35 yaşında.)

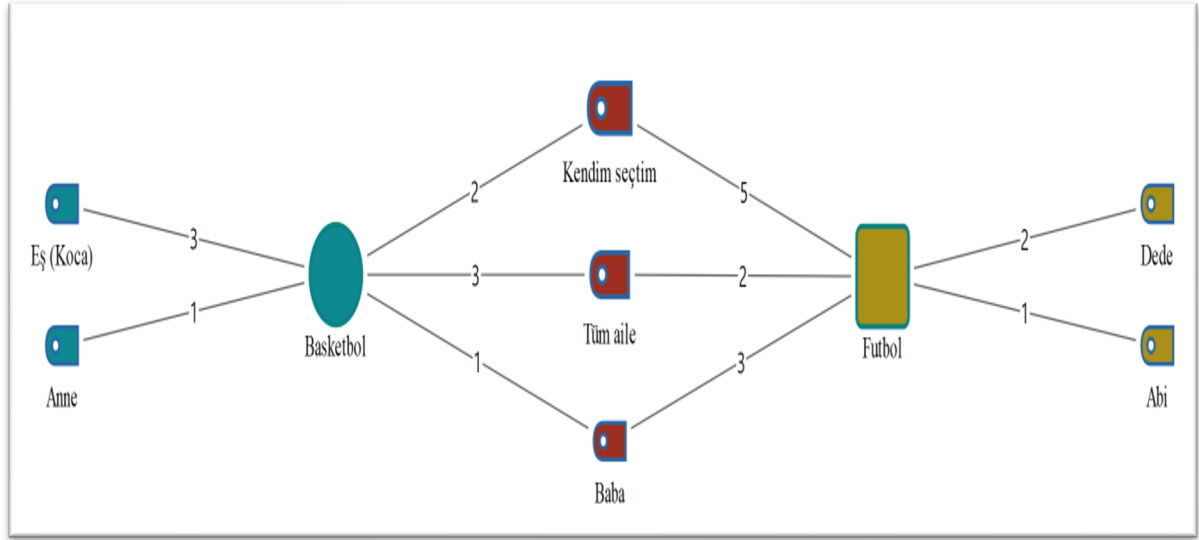
Örneğin, Britanya'daki taraftarların maçlara sadece seyretmek için gitmedikleri; takımlarını destekleyerek ya da rakip için korkutucu bir atmosfer yaratarak oyunun sonucunu

etkileyebileceklerine inanarak, bir dereceye kadar haklı olarak, katılmak için gittikleri rutin olduğunu iddia etmişlerdir (Boyle ve Haynes 2004: 204). Bu sonuçta bizim sonuçlarımız destekler niteliğindedir.

Basketbol kadın taraftarlarından farklı olarak futbol kadın taraftarları taraftar olmayı kulübe ait olma duygusu (f=11) olarak algılamaktadırlar. Futbol kadın taraftarlarına göre taraftarlık, kendini kulübün bir parçası olarak görme, kulübe karşı aidiyet duygusu hissetme, seyirci olmanın yanında kulübün formasını satın alma, maç bileti veya kombine alma olarak algılanmaktadır. Murrell ve Dietz'e (1992) göre de taraftarlar, duygusal ve finansal destekler yoluyla spor etkinlikleri üzerinde doğrudan etkiye sahip kişilerdir. Bu konuyla ilgili katılımcıların görüşlerinden alıntılar şu şekildedir:

- *“Bana göre taraftarlık, insanlar arasında bir aidiyet duygusu oluşturmak ve yalnız olmadığınızı hissettiğiniz bir yerdir. Taraftarlık, büyük bir kalabalığın içinde bir unsur olmak ve eylem gerektiren bir şeydir. Sadece seyirci olmak yeterli değildir, kulübünüzün formasını satın almak, maç bileti veya kombine almak veya statta maç izlemek gibi katkıda bulunmanız gereken unsurları içermelidir. (FT2, emekli, 52 yaşında)*
- *“Bazı insanlar için bir yere ait olmak taraftarlık, ben Beşiktaş’a genel anlamda seviyorum, şey gibi hani bana ait bir parça gibi hayatımın bir parçası gibi yani nasıl işte müzik dinlemek hayatım parçası ise Beşiktaş’ta benim için belki de hayatımın anlamı.” (FT5, televizyoncu, 40y.)*

Özetle, taraftarlığın anlamına ilişkin görüşleri bir arada değerlendirildiğinde futbol kadın taraftarlık kültürü genellikle geleneksel ve tutkulu olarak nitelendirilebilir. Basketbol taraftarları da tutkulu olabilir, ancak atmosfer genellikle daha sakindir. Basketbol taraftarları, takımlarını destekleseler de futbol taraftarları kadar geleneksel ritüellerle bağlı olmayabilirler. Futbol kadın taraftarları Giulianotti'nin (2002) geleneksel/ateşliye *destekçi* (supporters) sınıflandırmasına tabi olurken, basketbol kadın taraftarları ise Popo'un (2013) kadın taraftarlarını sınıflandırdığı *tutkulu* taraftar tanımına uymaktadır.



Şekil 2: Taraftar olmalarını sağlayan faktörler

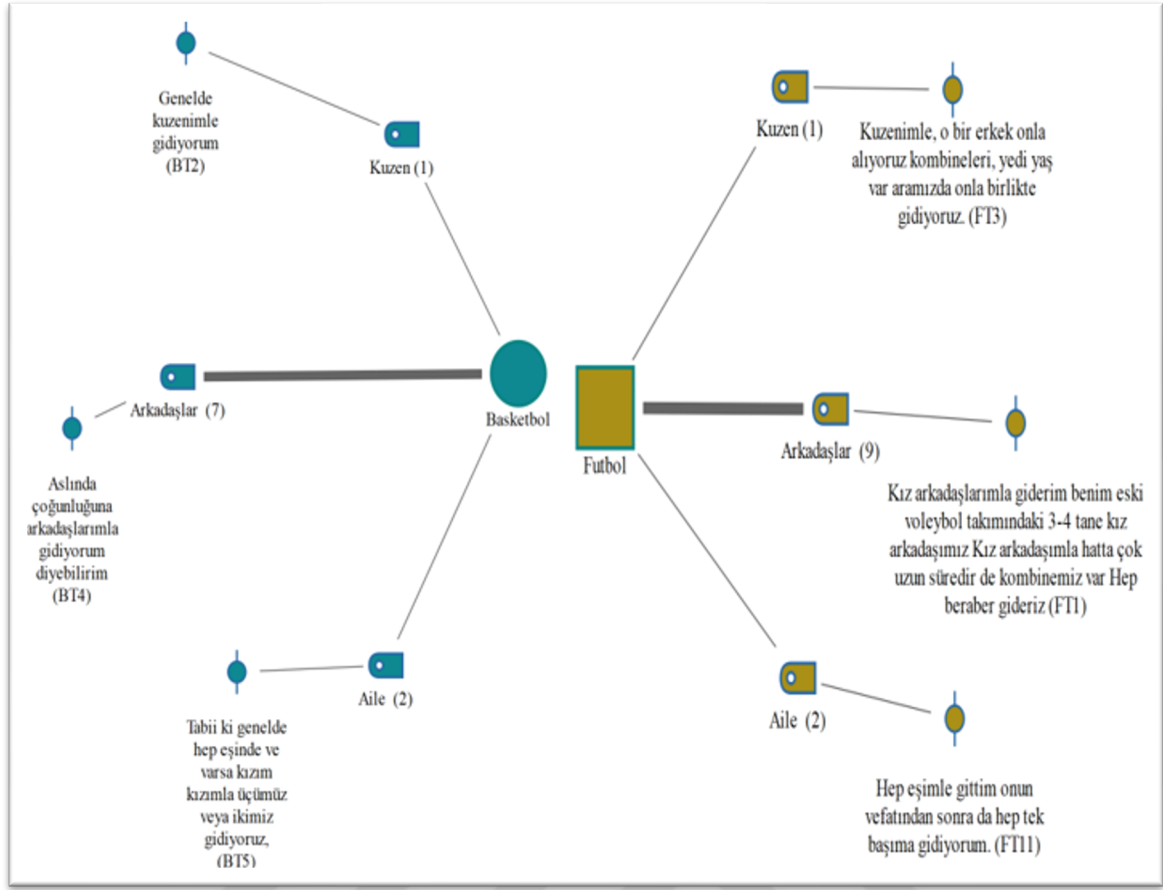
Taraftar tercihlerini belirleyen faktörleri Şekil 2’de kod haritası bulunan katılımcıların takım seçmeyeli ilgili görüşleri incelendiğinde kadın basketbol taraftarlarının takım seçiminde etkili olan kişinin ağırlıklı olarak eş (koca) ve aile olduğunu belirtmişleridir. Farrell ve ark. (2011) sezonluk bilet sahibi kadın taraftarlarla yapılan görüşmeler sonucunda, kadın taraftarların yaşamlarındaki en belirgin bulgu, taraftarlık yaşamları boyunca erkeklerin güçlü bir etkiye sahip olması. Bu etki, büyükbabalar ve erkek kardeşlerle başlayıp, kocalar ve oğullar aracılığıyla devam eden, nesiller boyu süren bir olgudur. Katılımcıların görüşleri aşağıdaki gibidir;

- “Aslında ben daha önce bir takım tutmuyordum eşimden dolayı takım tutmaya başladım ve maçlara gitmeye başladım.” (BT3, iş kadını, 40y.)
- “Baba’mdan dolayı, babam fanatik Fenerbahçeliydi ben de o kültürü devam ettirdim” BT4, öğrenci, 19y.)

Kadın futbol taraftarlarında ise takım seçiminin kişisel tercih olduğu görülmektedir. Daha önceki taraftarlık çalışmalarında da benzer şekilde spor ile babaları aracılığı ile tanışmış olsalar da kendi kararlarını verecek yaşa geldiklerinde takımlarının kendilerinin seçtiğini ortaya koymuştur (Dixon, 2013; Kolbe ve James, 2000). Bu durumda kadın basketbol taraftarlarının başka kişi ve grupların etkisinde kalarak takım tercihinde bulundukları ancak kadın futbol taraftarlarının ise kendi tercihleri ile takım tercihinde bulundukları söylenebilir. Bu durum katılımcıların aşağıdaki görüşleri ile açığa çıkmaktadır:

- *“Ben birinci sınıftaydım, ailem o zamanlar Trabzonluydu, Trabzonspor'u destekliyordum ama bu konuda pek bilgim yoktu. Sonra herkesin şunu söylediğini gördüm: “Galatasaray şampiyon” dışarıdan sembolik olarak çok güçlü görünüyordu, ben de muhtemelen bu takımı desteklemem gerektiğini söyledim çünkü onlar çok güçlü, ilginçti. Çünkü baktığımda Kartal bana hitap etmiyordu, Fenerbahçe, bilmiyorum Kanarya. O zamanlar daha yumuşak görüldüğü için seçmemiştim” (BT8, öğrenci, 19y.)*
- *“Beşiktaş'a daha çok ilgimi çekti çünkü Beşiktaş'ın maçlarını izlemeyi tercih ettim. Çünkü her takımın taraftarı aslında çok farklı enerjilere sahip. Beşiktaş taraftarının da çok duygusal olduğunu düşünüyorum yani günlük hayattaki duygu seli, bu tribün kompozisyonları falan kendi içlerine yansıtabiliyorlar bunda dolayı çok ilgimi çekti” (FT10, öğrenci, 20y.)*
- *“Babam Beşiktaşlıydı, maçlara gitmezdi çünkü maç kültürü çok ona göre değildi benim rahmetli babam kot pantolon bile giymedi hayatı boyunca, babam bu takımı tutacaksın demedi ben kendim seçtim ve maçlara gitmeyi ben istedim” (FT5, televizyoncu, 40y.)*

Görüldüğü gibi ailenin takım tutma geleneği, bireylerin genellikle ailelerinin desteklediği takımı seçmelerine yol açabilir. Kolbe ve James'da (2000) yaptığı çalışmada aile büyüklerinin takım tercihleri genç nesiller üzerinde etkili olabilir ve özellikle gençlik yıllarında taraftar haline gelenler arasında ve daha az ölçüde de ergenler arasında, takım tercihlerini şekillendirmede babaların çok etkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca bireylerin kendi spor deneyimleri veya bir takımın maçına katıldıkları etkinlikler de takım seçimini etkileyebilir. Bu deneyimler, kişisel bağlılık hissi oluşturabilir. Bu deneyimler, aynı zamanda bireylerin spor etkinliklerine katılma tercihlerini de etkileyebilir. Bu bağlamda katılımcılara maçları kimlerle seyrettikleriyle soruya verdikleri yanıtlardan hareketle oluşturulan kod haritası Şekil 3'te sunulmaktadır.



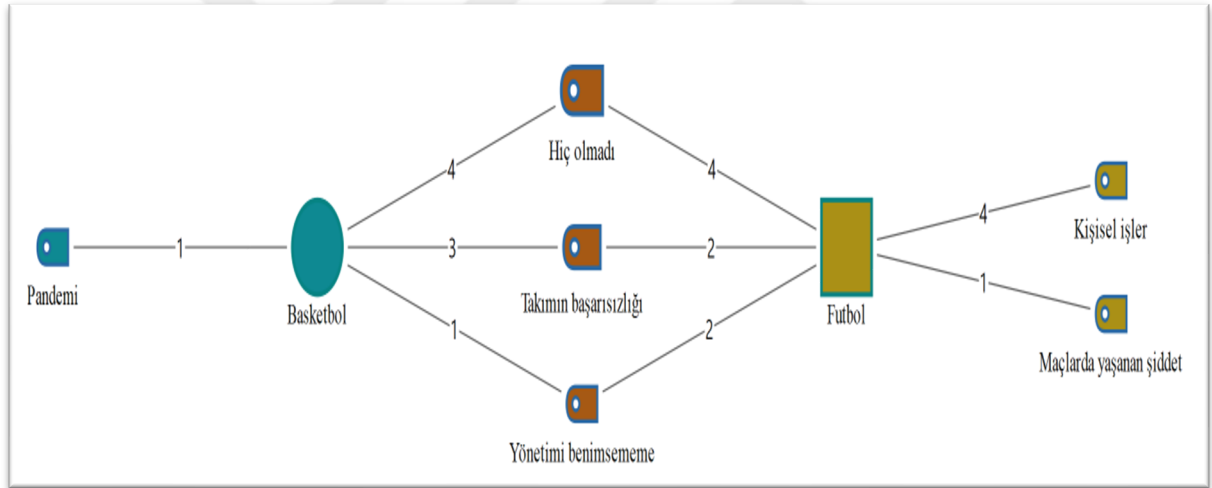
Şekil 3: Katılımcıların maçlara gittikleri kişi hakkında görüşlerinin

Katılımcıların maçlara gittikleri kişi hakkında görüşleri incelendiğinde her iki taraftar grubunun da maçlara ağırlıklı olarak arkadaşları ile gitmeyi tercih ettikleri görülmektedir. Her iki taraftar grubu da maçlara genellikle kadın ve erkeklerin bir arada olduğu büyük ve coşkulu arkadaş grupları ile gitmeyi tercih etmektedir. Dietz-Uhler ve ark. (2000) kadın ve erkek taraftarların taraftar olma davranışlarının sebeplerini araştırdığı çalışmada, erkeklerin ve kadınların spor taraftarı olmak için genellikle farklı nedenleri olduğunu ortaya koymuştur. Erkeklerin spora katılımları nedeniyle taraftar olma olasılıkları daha yüksekken, kadınlar genellikle aile ve arkadaşlar gibi sosyal bağlantılar aracılığıyla taraftar olmaktadır kadın taraftarlarının genelde spor etkinliklerine arkadaşlarıyla veya aileleriyle katıldığını ortaya koymuştur. Türkiye’de yapılan bir çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre katılan kadın taraftarların %50’si maçlara arkadaş grubuyla giderken, %23,3’ü ailesiyle, %16,7’si erkek arkadaşıyla %8,9’u ise taraftar grubuyla maça gitmektedir. Yalnız gittiğini belirtenlerin oranı ise sadece %1,2’dir (Yılmaz, 2016).

— Arkadaşlarımla, genellikle erkek arkadaşlarımla, kız arkadaş bulamıyorum. Maalesef ki toplumumuzda kızlarımızı genellikle başka sporlara yönlendiriyorlar. (FT7, öğrenci, 19y.)

— “İlk başta tek başıma gittim, ama kısa bir süre sonra tribündeki insanlarla arkadaş oldum. Evimden gönül rahatlığıyla çıkıyorum ama hiç saymazsam tribünlerde 100 arkadaşım olduğunu söyleyebilirim. Hatta daha sonra iki yeğenimi de Beşiktaş taraftarı haline getirdim.” (FT5, televizyoncu, 40y.)

Futbol ve basketbol taraftarları taraftar olmanın bir gereği olarak takımlarını sürekli destekleseler de hayatlarının farklı dönemlerinde sporlara olan ilgilerini artırabilir veya azaltabilirler. Bu bağlamda katılımcılara taraftar olmaktan uzaklaştıklarını öğrenmeye çalıştık. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlardan hareketle oluşturulan kod haritası Şekil 4’te sunulmaktadır.



Şekil 4: Taraftar olmaktan uzaklaşmayla ilgili görüşleri

Hem kadın futbol hem de basketbol taraftarlarının taraftarlıktan uzaklaşmasının nedeni takım başarısızlığı ve yönetimi şeklini benimsememektir. Her iki taraftar grubu da takımlarının sportif anlamada başarısız olduğu durumlarda ve kulüp yönetiminin kararlarını kabul etmedikleri durumlarda takımları takip etmekten uzaklaştıklarını belirtmektedir. Mevcut çalışmalar erkek taraftar davranışının birincil belirleyicisi olarak takım performansına odaklanma eğiliminde olduğunu vurgularken (Mann, 1974; Wann ve Dolan, 1994) kadın taraftarlarından elde edilen verilere sosyal etkileşim motivasyonlarının spor tipine bağlı olduklarının ortaya çıktığını görüyoruz (Gencer, 2015). Bu sonuç bizim çalışmamızı sonuçları ile çelişmektedir. Bu durum aşağıdaki katılımcı görüşleri ile ortaya konulmaktadır:

- “Oldu evet, özellikle böyle takımın kötüye gittiği dönemlerde ve artık eskisi kadar iyi olmadıklarında, eski çabayı sarfetmediklerinde çok ciddiye almadıklarını fark ettiğimde neden ben beynimi bu şeyi düşünmeye harcıyım diyorum bırakıyordum.” (BT2, öğrenci, 20y.)
- “Sevmediğim yönetsel şeyler olduğun için takımı da o zaman çok desteklemek istemiyorum, kaybetmek değil yönetsel saçma sapan işler olunca takımdan da kopuyorum, spordan da kopuyorum.” (BT6, eski basketbol oyuncusu, işletmeci, 46y.)
- “Oldu, takımın çok kötü olduğu dönemlerde oldu ama onun dışında ben çok kötü olmadığı sürece gitmeye devam ediyorum.” (FT3, özel sektör, 27y.)
- “Aziz Yıldırım'ı çok takdir ederim, sayarım ve severim, tabii ki başkan olmadan önce ailecek de görüşürdük. O benim için çok özel bir insan, o seçimi kaybettikten sonra ben küstüm, kulübün herhangi bir yerine de gidip bir çay bile içmedim, yani öyle bir küstüm, yani yönetimi beğenmediğim zamanlarda uzaklaştığım zamanlar oldu.” (FT11, eski FB seçim kurulu yönetici eşi, 60y.)

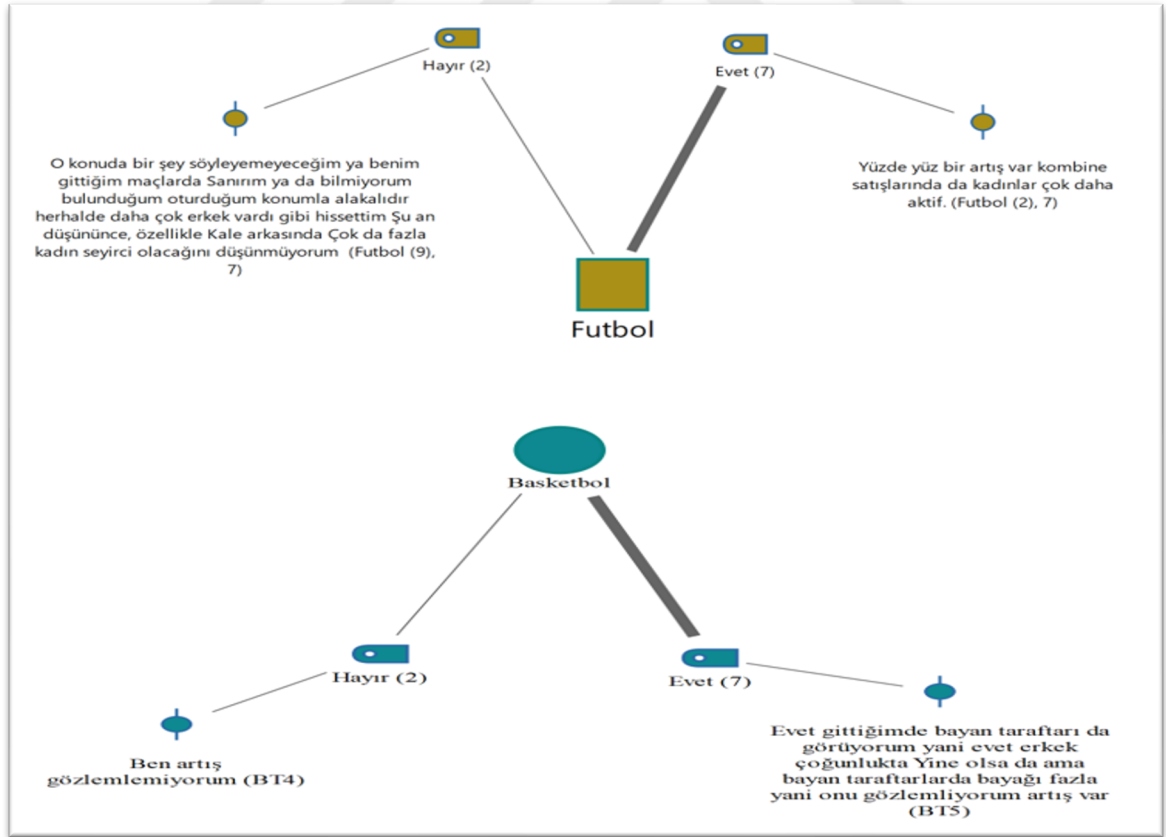
Diğer taraftan her iki taraftar grubunda da daha önce taraftar olmaktan hiç uzaklaşmadığını belirten katılımcı sayısı eşittir. Hem kadın futbol hem de basketbol taraftarlarından dört kişi hangi sebeple olursa olsun daha önce taraftar olmaktan uzaklaşmadığını belirtmiştir. Bu katılımcılar taraftar olmanın her koşulda takıma destek vermek demek olduğunu bu nedenle de taraftar olmaktan hiçbir zaman uzaklaşmayı düşünmediklerini belirtmişlerdir. Taraftar olmaktan hiçbir zaman uzaklaşmadığını belirten katılımcıların düşünceleri:

- “Hayır, hiç olmadı, yensek de yenilsek de takımımı desteklemeye giderim.” (BT7, spor kulübü koordinatör yardımcısı, 36y.)
- “Taraftarlıktan uzaklaştığım bir zaman olmadı, uzaklaşmayı da düşünmüyorum. Yani iyi de oynasa kötü de oynasa takım benim takımım, her türlü desteklemeye devam ediyorum.” (BT8, eski bankacı, 60y.)

— “Hayır, hiç böyle bir durum olmadı.” (FT10, öğrenci, 20y.)

— “İlgilenmiyorum dediğim zaman da bile bir şekilde işte takip ettiğimi fark ettim. Yani hiçbir zaman uzaklaştım diyemem. Son zamanlarda aslına bakarsanız ligin çok sağlıklı ve adil olduğunu düşünmüyorum, hani bu şekilde bir ligin de takip edilmemesi gerekiyor ama ben kopmadım takımımdan.” (FT13, yönetici, 38y.)

Kadın taraftarların taraftar olmaktan uzaklaşmalarının nedenleri hakkında görüşleri bir arada değerlendirildiğinde, takımın sürekli olarak başarısız olması veya beklenen performansı gösterememesinin bazı taraftarların ilgisini azaltabileceği veya taraftarlık duygularını zayıflatabileceği; ayrıca aile, iş, eğitim veya diğer kişisel faktörlerin ve şiddet olaylarının bir kadının spor etkinliklerine katılma sıklığını veya derecesini etkileyebileceği söylenebilir. Clarke (2024) İngiltere’de 522 katılımcıyla yaptığı, erkek ve kadın futbol taraftarlarının takım kimliklerini ve davranışlarını karşılaştırdığı araştırmada, iki takımın taraftarları arasında farklılıklardan çok benzerlikler olduğunu ve en güçlü motivasyonlarının fiziksel yetenek ve başarı olduğu sonucuna ulaşmıştır.



Şekil 5: Kadın taraftarın sayıca artışı

Her iki taraftar grubunda kadınların sayıca arttığı yönündeki önermeye katılım göstermektedir. Tablo 2. yer alan Türkiye Futbol Federasyonunda edindiğimiz kadın taraftarın pasolig değerlerinde de kadın taraftarların sayılarının arttığı görülmektedir.

Tablo 2. 2014-2023 yılları arası kadın taraftarların pasolig değerleri

TAKIM	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Galatasaray	8.758	34.349	51.392	73.138	101.591	156.407	166.642	182.211	232.122	299.760
Fenerbahçe	6.036	37.030	58.279	76.452	102.620	137.246	148.235	163.791	221.031	271.329
Beşiktaş	6.294	22.396	57.985	91.174	115.689	145.165	151.003	163.334	201.842	235.508
Trabzonspor	1.130	5.748	9.451	22.270	34.928	50.732	54.546	62.139	97.138	108.686
Pasolig	1.690	8.719	14.137	19.999	26.168	38.783	41.533	45.694	61.164	74.206
Antalyaspor	165	2.557	5.370	9.530	12.332	15.688	17.285	18.399	25.781	31.105
Adana Demirspor	278	1.879	2.991	3.973	5.198	6.952	8.030	10.977	21.739	30.061
Göztepe	84	1.772	2.924	6.372	9.075	12.024	14.220	16.236	21.888	24.822
Konyaspor	502	2.627	4.899	5.765	7.516	9.752	11.502	12.478	15.980	19.905
Samsunspor	136	1.145	1.425	2.815	3.265	4.063	4.194	5.092	8.449	19.170
Bursaspor	399	2.376	5.520	8.949	11.616	14.632	15.223	16.121	17.199	17.722
Kayserispor	62	652	1.067	2.447	3.860	6.071	6.257	6.726	10.873	13.672
Aytemiz Alanyaspor	80	352	1.363	3.087	4.798	7.577	8.097	8.371	11.280	13.423
Gaziantep B.Ş. Bld.Sp	41	516	725	2.206	2.963	4.593	6.159	6.617	10.051	12.608
Eskişehirspor	203	930	2.977	7.102	8.661	11.310	11.533	11.610	12.047	12.414
Medipol Başakşehir F	125	1.034	1.795	2.955	6.624	8.483	8.708	8.948	10.648	12.112
Ankaragücü	34	85	133	1.109	2.421	3.933	4.385	4.791	8.280	11.499
Hatayspor	35	124	227	329	698	2.033	2.286	4.276	7.919	11.020
Giresun	79	270	454	1.005	1.306	1.936	2.185	4.014	8.939	10.918
Demir Grup Sivasspor	65	536	1.013	2.054	3.100	5.252	5.707	6.257	8.211	9.682
Çaykur Rizespor	90	796	1.252	1.736	2.700	4.805	4.990	5.280	6.152	8.071
Denizlispor	32	437	688	910	2.122	6.145	6.349	6.542	7.322	7.502
Evkur Yeni Malatyasp	18	146	343	2.037	3.584	5.064	5.211	5.555	5.869	5.960
Akhisar Belediye Spo	88	238	596	1.019	3.511	4.772	5.047	5.070	5.126	5.193
Altay	16	40	71	118	764	1.146	1.436	2.346	4.381	5.082
Gençlerbirliği	89	337	605	862	1.180	2.342	2.628	2.868	3.842	4.391
KOCAELİSPOR	9	33	59	93	132	156	584	1.472	2.321	3.680
Adanaspor	91	326	1.716	1.894	2.015	2.561	2.619	2.774	3.209	3.439
Balıkesirspor	327	644	960	1.161	1.571	3.097	3.157	3.210	3.322	3.379
Kasımpaşa	34	355	432	536	793	1.892	2.052	2.175	2.720	3.248
Erzurumspor	8	27	48	182	1.498	2.417	2.560	2.646	3.049	3.196
Sakaryaspor	12	23	34	55	70	85	89	100	2.006	3.130
İstanbulspor	6	12	16	142	336	1.402	1.533	1.678	2.436	2.690
Mersin İdmanyurdu	236	1.372	1.683	1.739	1.779	2.266	2.279	2.303	2.357	2.434
Karşıyaka	74	632	747	801	851	1.950	2.153	2.189	2.269	2.336
Altınordu	18	176	211	302	430	1.059	1.253	1.424	2.012	2.209
Kardemir Karabükspor	105	462	782	1.138	1.236	1.665	1.821	1.838	1.863	1.894
Bandırmaspor	8	15	157	180	191	207	236	321	1.111	1.371
Osmanlıspor FK	28	512	918	1.023	1.071	1.208	1.226	1.241	1.303	1.343
Boluspor	19	69	161	333	548	737	750	779	1.089	1.192
Orduspor	31	71	92	129	157	464	538	574	971	1.162
Gaziantepspor	61	282	554	831	854	1.047	1.076	1.085	1.102	1.119
Keçiörengücü	4	8	17	18	126	552	821	848	1.070	1.113
Bodrumspor	5	10	15	21	32	37	42	44	650	1.052
Kayseri Erciyesspor	70	268	277	289	302	622	647	664	805	892
Ümraniyespor	1	5	48	85	128	280	287	300	685	887
Fatih Karagümrük	3	10	23	26	30	230	278	378	587	795
1461 Trabzon	7	83	104	149	210	350	381	438	659	758
TFF	383	441	452	458	467	536	546	582	705	746
Şanlıurfaspor	11	43	71	115	142	404	440	451	581	729
Tetiş Yapı Elazığspor	73	181	273	419	467	609	637	647	678	705
MANİSA FK	-	3	5	6	10	23	71	218	583	692
Çorum FK	3	4	5	8	10	15	15	16	20	673
Manisaspor	16	99	207	290	304	514	518	525	545	563
Bucaspor	23	49	71	101	122	371	374	387	424	523
EYÜPSPOR	-	-	3	7	11	12	13	46	366	480
Afjet Afyonspor	2	5	8	10	285	334	341	343	380	432
Pendikspor	1	11	14	16	18	22	24	28	130	316
Menemen Spor	-	-	2	4	7	86	99	117	157	166
Tuzlaspor	1	1	1	1	1	1	1	5	130	164
Fethiyespor	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Tki Tavşanlı Linyitspo	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Büyük Toplam	28.202	133.329	237.854	361.981	494.500	694.123	742.858	817.595	1.087.574	1.325.335

Konuyla ilgili çalışmalar da son dönemlerde kadın taraftar sayısında önemli bir artış gözlenmektedir (Dietz-Uhler ve ark., 2000) katılımcılar bu yöndeki görüşlerini sorduğumuzda; Aşağıda bazı taraftarların verdiği cevaplar yer almaktadır;

- *“Ekonomik gücü olması kadının çalışma hayatında ve ekonomik güçlerinin olmasının artık özel bir şey olmadığını düşünüyorum. Ancak eskiden kadınların daha pasif ve ekonomik güçleri daha azdı. Şu anda Türk kadınlarının çok daha aktif olduklarını ve büyük keyif aldıklarını düşünüyorum. Kombine satışlarında da kadınların daha aktif olduğunu görüyorum.” (FT2, avukat, 52y.)*
- *“Evet, maçlara gittiğimde erkeklerin çoğunlukta olduğunu fark ediyorum. Ancak bayan taraftarların sayısında belirgin bir artış olduğunu söyleyebilirim.” (BT5, emekli, 52y.)*
- *“Ben 2009 beri kombine sahibiyim basketbolda. Bazen çok önemsiz maçlara bile çalışmadığım dönemde giderdim boş tribünlerde bile oturdum izlerdim. O zamanlardan beri kıyasladığımda kesinlikle kadın sayısı artıyor özellikle basketbolda artıyor ama Nedenini bilmiyorum, belki de daha sosyolojik bir sebep vardır. Her alanda kadınların görünürlüğü ve taleplerinin arttığını düşünüyorum ve bunun spora da yansıdığını görüyorum. Kadınlar daha çok oynuyorlar ve başarıları artıyor. Bu nedenle kadın taraftarların sayısının arttığını düşünüyorum.” (BT9, eski lisanslı yüzücü, yönetici, 42y.)*

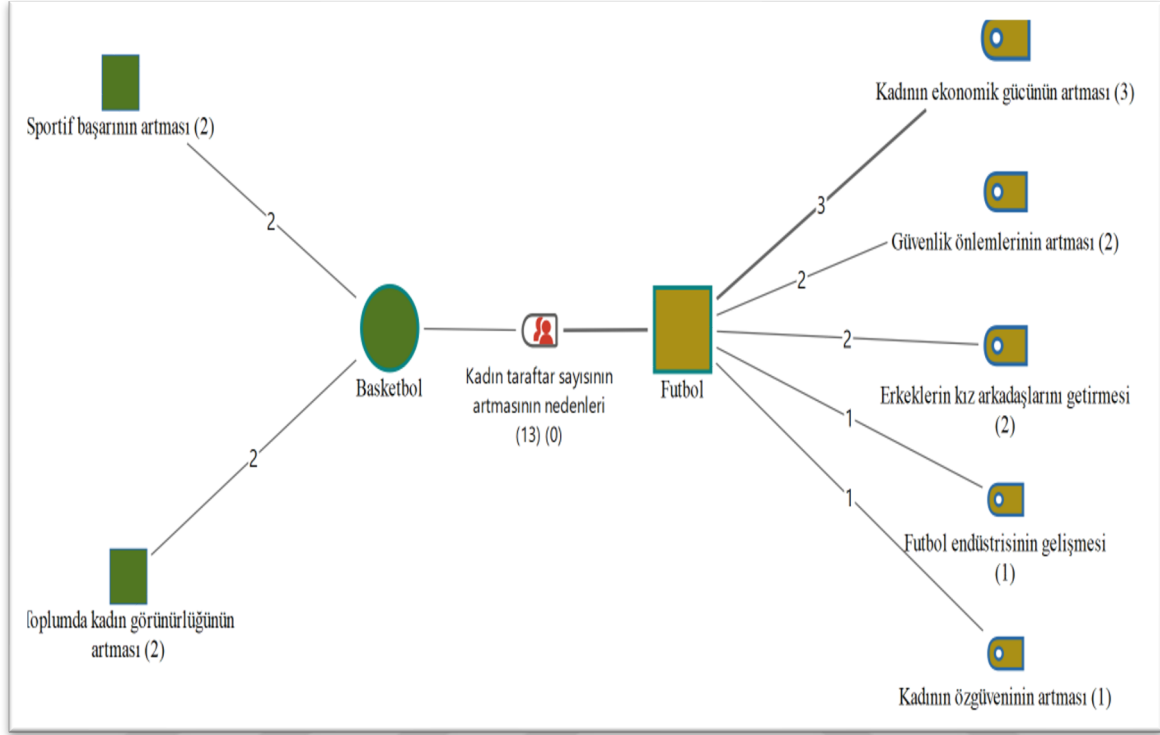
Birçok ülkede yapılan çalışmalar da bizim sonuçlarımızı desteklemekte. Örneğin Amerika Birleşik devletinde 2022 ile 2023 yılları arasında WNBA seyirci sayısı üzerine yapılan araştırmada seyirci sayısının yüzde 42 arttığı, kadın seyirci sayısının ise yüzde 89 arttığı yansıtılmaktadır (Nielsen, 2023).

Avrupa'da maçlardaki kadın seyircilerin sayısı son yıllarda istikrarlı bir şekilde artmakta ve şu anda İngiltere, Almanya ve İsveç gibi ülkelerde futbol taraftarlarının yüzde 20-30'unu kadınlar oluşturmaktadır (Pope, 2017).

Bu artışın nedenlerine ilişkin katılımcı görüşleri ise taraftar guruba göre farklılık göstermektedir. Bu doğrultuda basketbol kadın taraftarları bu artışı toplumda kadının görünürlüğüne veya sportif başarıya bağlarken, futbol kadın taraftarları ise kadının ekonomik

gücünün artmasına, güvenlik önlemlerine veya erkeklerin kız arkadaşlarını maçlara getirmesin bağlamaktadır.

Katılımcıların taraftarların sayıca artmasının nedenlerine ilişkin görüşlerinin kod haritası Şekil 6'da gösterilmektedir.



Şekil 6: Kadın taraftarın sayıca artmasının nedenleri

Pope ve Williams (2011) da kadınların daha fazla özerkliğe ve finansal bağımsızlığa ve dolayısıyla daha yüksek düzeyde sportif faaliyetlere daha fazla erişime izin veren çok sayıda toplumsal değişiklik meydana geldiğini belirtmiştir. Bununla ilgili katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir:

- “Kadınların görünürlüğü, talepleri ve talep karlılığı artıyor bunun spor alanına da yansıdığını düşünüyorum.” (BT9, eski lisanslı yüzücü, yönetici, 42y.)
- “Bence doğru, evet arttığını gözlemliyorum. Öncelikle fiziki olarak koşulların elverişli olması ile ilgili, sahaların daha çok kadınlara uygun olması şu andan. Bence ikincisi Fair Play ortamlarının daha çok desteklenmesi, ortamdaki küfür gibi söz ya da fiziksel şiddete yönelik durumların azalması, en azından bunun artık somut olarak kötü olarak tanımlanması, bunun bir normal olduğunu değil de barışçıl bir ortamda daha Fair Play ortamında maçların oynanıyor olması, sonuçta bu sadece kadınlarla ilgili değil erkeklerle de ilgili bir konu. Ek olarak kadının toplumsal ortamlardaki

yerinin artması ve buna yönelik bu çabanın ve farkındalığın artması da çok çok önemli. Sadece kadın değil, çocukların da arttığını görüyorum basketbol sahalarında.

- Kadınların çocuklarıyla da ortak bir zaman geçirmesini sağlıyor bu ortam, bu da doğru bir ortam olduğunu gösteriyor. Bunların kümülatif etkisi diyebilirim. Bir de bir etkileşim var tabii, bir kadın başka bir kadını da getiriyor. Ben bile birkaç arkadaşımı maça gelir hale gelmesine sebep olmuş olabilirim.’’ (BT10, müdür, 42y.)
- Doğru, bence basketbol maçlarında çok kadın görmeye başladım. Eskiden çok tek tükü, şimdi tek kadınlar bile görebiliyorum maçlar ya da sevgiliyle giden çok kadın görebiliyorum. Yani kadın seyircisi gerçekten çok arttı. Başarıyla doğru orantılı olduğunu düşünüyorum. Futbol sayesinde değil, kesinlikle diğer sporlar sayesinde ülkenin yurt dışında başarı alması, spor olan ilgiyi arttırdığını düşünüyorum. Gittikçe keyif aldıkça da gitmeye devam ediyoruz (BT6, eski basketbol oyuncusu, işletmeci, 46y.)

Diğer taraftan kadın futbol taraftarları ise kadının ekonomik gücünün artmasını ve statlardaki güvenlik önlemlerinin artmasını kadın taraftar sayısındaki artışın nedenleri olarak görmektedirler. Bununla ilgili katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir:

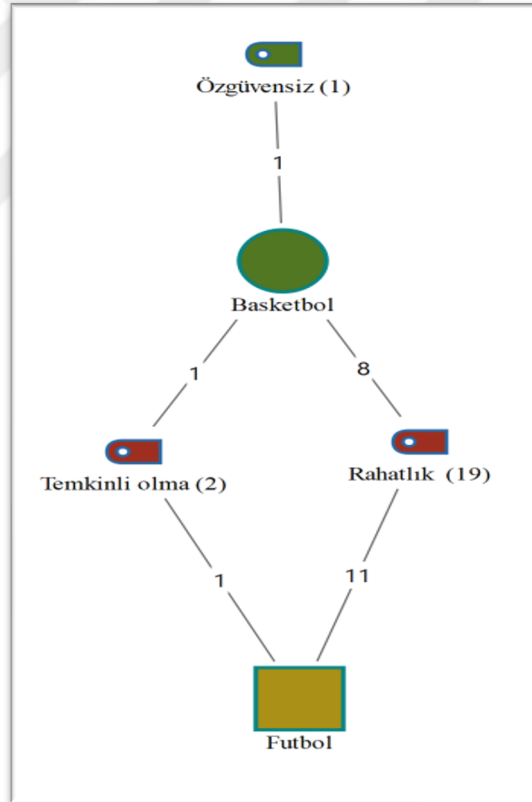
- “Eskiden statlar daha güvensizdi, daha yozlaşmıştı ve küfür kafir çok oluyordu. Ama şu an çok yüksek prosedürler uygulanıyor ve güvenlik önlemleri alındığı için bence bu yüzden kadın taraftar sayısı artmıştır. Yani daha güvenli, daha keyifli izlenebilecek yerler haline getirildiği için artmıştır. Daha güvenli hale geldiğinden stadyumlara kadınlar daha çok gelebiliyorlardır.” (FT4, organizatör, 28y.)
- “Ekonomik gücü olması kadının çalışma hayatında yer alması, eskiden daha pasif daha ekonomik gücü azdı. Bence Türk kadınları şu anda çok büyük keyif alıyorlar, kombine satışlarında da kadınlar çok daha aktif.” (FT2, avukat, 52y.)
- “Evet, ben de çok daha fazla kadın taraftar görüyorum. Tribünün erkeklere ait olduğu düşüncesi kırılmasıyla başladı. Kadınlar böyle “arkadaşım bizde futbol seviyoruz, biz de izliyoruz” şeklinde baskı yaparak tribünlerde yerlerini aldılar. Daha önceden de gidiyorlar mıydı, gidiyorlardı tabii ki, ama bu kadar sık değildi ve maddi tarafı var erkeğe bağımlı olmadan kendi paralarını kazanmanın verdiği bir özgürlük gibi.” (FT13, özel sektör çalışanı, 38y.)

Kadın futbol taraftarları ayrıca erkeklerin kız arkadaşları ile statlara gitmeye başlamasını da kadın taraftar sayısındaki artışın önemli bir nedeni olarak görmektedir.

Bu konuda FT1: *“Bir de artık erkekler kız arkadaşlarını çok getiriyorlar ya da karılarını bu da çok hoşuma gidiyor eskiden böyle bir şey de yoktu erkekler tek başlarına gelirlerdi.”* Derken FT12 (emekli,65y.) : *“...işte yanında kız arkadaşını götürüyor mesela bir beyefendi giderken ya da işte.”* Demektedir.

6.2. Futbol ve Basketbol Kadın Taraftarlığında Cinsiyet Normları ve Kuralları

Pek çok toplumda spora katılmak ve sporu takip etmek, eril kimliği inşa etmenin ve onaylamanın bir yolu olarak görülmektedir. Bu kültürel norm, sporun erkeksi bir faaliyet olduğu fikrini pekiştirmektedir (Harding, 2022). Bizde kadın taraftarların bu eril alandaki deneyimlerini anlamak için maça gittiklerindeki hissettiklerini ve duygularını anlamaya çalıştık. Katılımcıların bu konudaki görüşlerine dayalı oluşturulan kod haritası Şekil 7’de gösterilmektedir.



Şekil 7: Maçta hissettikleri duygu

Katılımcıların maçlar sırasında yaşadıkları duygulara ilişkin görüşlerini değerlendirildiğimizde, her iki taraftar grubu da ağırlıklı olarak maçlar sırasında oldukça rahat olduklarını ve kendilerini rahat hissettiklerini, maç esnasında lojistik (sahaya giriş-çıkış, sahanın fiziksel koşulları)

anlamda sorunlar yaşasalar da bunları kolayca aşabildiklerini kendilerini erkek taraftarlardan farklı görmediklerini belirtmektedirler. Jonas'ta (2008) yaptığı araştırmada da benzer bir sonuç elde edilmiştir.

Kadın futbol tarafları, gerçek taraftar olarak kabul edilebilmek için vurgulanan kadınlığı küçümsemek zorunda kalabileceğini fakat futbol maçlarındaki pek çok kadının da kadın olmalarına rağmen kendilerini ait hissettiklerini vurgulamıştır. Bu durum, aşağıdaki katılımcı görüşleri ile ortaya konulmaktadır:

- *“Ben bir ayrıcalık veya aşağılanma durum olduğunu çok düşünmüyorum. Tabii ki fiziksel olarak bazı zorlukları olabiliyor, özellikle kalabalık maçlarda giriş çıkışta tek başıma gitsem ben de bazı şeylerde zorlanıyorum. Yani belki bir kalabalığın dağılmasını beklerim, ama yerimi bulup oturduktan sonra hiçbir sıkıntı yaşamıyorum. Herkes maçında kendi halinde oluyor diye düşünüyorum ve gayet mutlu oluyorum.”* (BT9, eski lisanslı yüzücü, yönetici, 42y.)
- *“Yani iyi hissediyorum, ben bir maça gittiğimde kadın ya da erkek olarak farklı bir duyguda olduğumu düşünmüyorum. Bir erkek ne hissediyorsa, kadın olarak da ben de hep benzer şeyleri hissettiğimi düşünüyorum. Kadın kimliğimle ilişkilendirdiğimi bir durum olduğunu düşünmüyorum.”* (BT10, müdür, 42y.)
- *“Güçlü hissediyorum, yani kadın olmam ve erkeklerin arasında olmak beni mutlu ediyor. Eşit görüyorum onlarla kendimi maça gittiğim zaman, bu duyguyu seviyorum.”* (FT3, özel sektör, 27y.) buradan çıkaracağısın
- *“Erkek taraftarlar nasıl hissediyorsa, onun gibi hissediyorum çünkü onlardan bir farklılığım olduğunu düşünmüyorum.”* (FT6, öğrenci, 19y.)

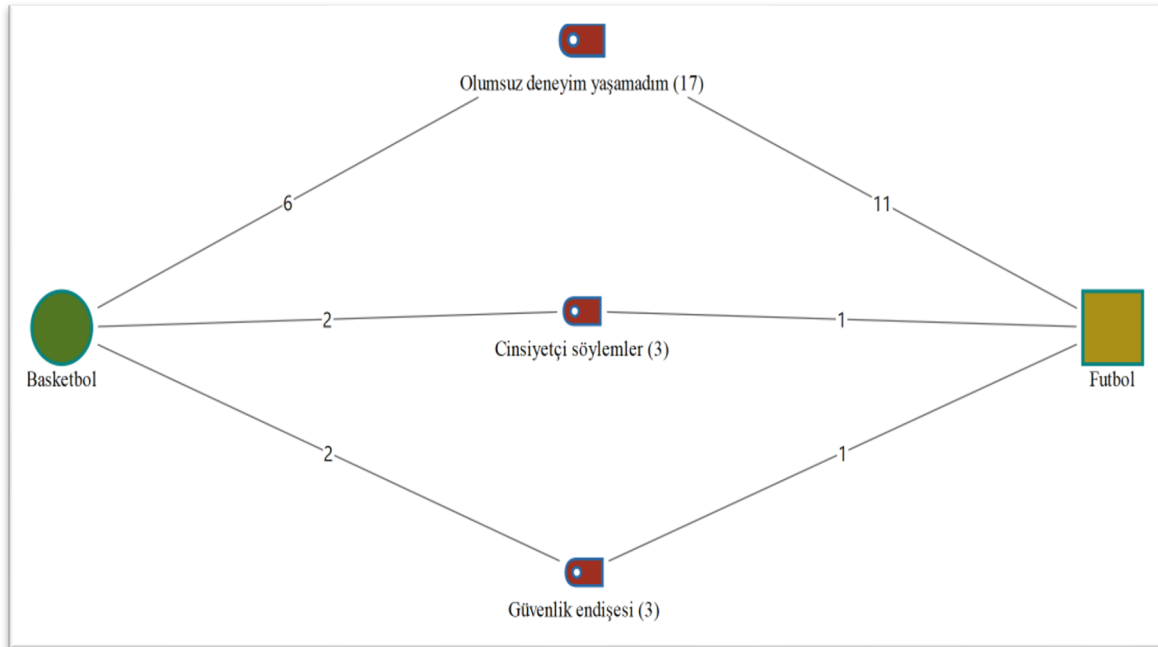
Ancak katılımcılar kendilerini erkek taraftarlarla karşılaştırarak, alanın erkeklere ait olduğunu üstü kapalı olarak kabul etme eğilimindedirler. Belki de bu tür görüşler, geleneksel olarak yalnızca erkeklerin bir araya geldiği daha önceki spor etkinliklerine atfedilebilir (Jones, 2008).

Katılımcıların görüşleri bir arada değerlendirildiğinde, kadın basketbol ve futbol taraftarlarının büyük çoğunluğunun taraftarlık konusundaki tutkularını özgürce ifade edebildikleri ve sporu sevmeye ve destekleme konusundaki tutkularını rahatça yaşadıkları söylenebilir. Maça gitmek,

bir kadının kendi kimliğini ifade etme ve kendini özgürce ifade etme fırsatı sağlayabilir. Özellikle takım renklerini giymek veya takım marşlarına katılmak gibi eylemler, kişinin kadın taraftar kimliğini güçlendirebilir.

Jones ise (2008) 38 kadın futbol taraftarıyla yaptığı çalışmanın kadın taraftarların tacize uğradıklarının, cinsiyetlerinin küçümsendiğini ve erkekler tarafından *gerçek* olmayan taraftar olarak nitelendirildiklerini belirtmişlerdir.

Dünya genelinde futbol alanı, cinsiyetçi söylem ve davranışların en belirgin hissedildiği alan olmaya devam ediyor. Kelner'in (2018) Guardian'da yayınladığı habere göre futbolda cinsiyetçiliğin %400 arttığı yönündedir. Ayrıca Gardiyan'da yayınlanan rapora göre, 2017/18 sezonunda futbol sektöründeki bireylerin tehdit ettiği cinsiyet ayrımcılığı ve kadınlara yönelik taciz vakalarında da artış yaşandığıdır (The Guardian, English Fans Begin Arriving Volgograd First Match, 2018). The Telegraph' da yayınlanan rapora göre ise kadınların %61,9'u cinsiyetçi şakalara, %46,2'si cinsiyetçiliğe, %38,2'si cinsiyete bağlı yetenek küçümsenmesine, %24'ü zorbalığa, %19,2'si belirli alanlardan uzaklaştırılmaya, %14,8'i cinsel tacize maruz kalmaktadır (Rumsby, B. 2016). Bu bağlamda maça gitmek genellikle heyecan verici bir deneyim olsa da bazı durumlarda taraftarların yaşadıkları olumsuz deneyimler bu durumu sorgulamalarına neden olabilir. Bu bağlamda katılımcılara taraftarlık alanına kendilerini nasıl hissettikleri ilgili görüşlerini sorduk.



Şekil 8: Olumsuz deneyimler

Katılımcıların yaşadıkları olumsuz deneyimler hakkında görüşlerine bakıldığında, her iki taraftar grubunun da çoğunlukla kendilerini bu alana ait hissettirmeyecek olumsuz deneyim yaşamadığı görülmektedir. Ancak futbol taraftarları arasında herhangi bir olumsuz deneyim yaşamadığını iddia edenlerin sayısı da daha fazladır.

Katılımcılar taraftarlıkta cinsiyetin olmadığını ve bunun taraftar olmanın bir gereği olduğunu belirtmektedirler. Bu konudaki katılımcı görüşlerinden kesitler aşağıda yer almaktadır:

— “Yani çok olmadı, bizim çünkü dediğim gibi çok iyi bir grubumuz vardı arkadaşlarımız her seferinde bir olmazsa biriyle mutlaka görüşüyordum.” (BT1, ev kadını, 48y.)

— “Kesinlikle o alana ait hissediyorum, taraftarlığın cinsiyeti olmaz.” (BT4, öğrenci, 19y.)

Konuyla ilgili çalışmalarda da kadın taraftarların kadın olarak tanımlanmak istemediklerini, öncelikle futbol taraftarı olarak tanımlanmalarını istemektedirler, bu nedenle cinsiyete göre ayrılmamayı tercih edecekleri sonucuna varılmıştır (Woodhouse 1991: 30).

— “Ait olmadığımı hissetseydim sanırım bir daha gitmezdim genelde o atmosfere çok kendimi kaptırıyorum ve oraya ait hissediyorum.” (FT7, öğrenci, 19y.)

— “Vallahi ben 14 sene şampiyon olmadığımız zaman bile ben öyle hissetmedim hep bir parçasıyım yani yensek de yenilsek de...” (FT9, öğretmen, 41y.)

Olumsuz deneyimler yaşadıklarını belirten katılımcılar arasında cinsiyetçi söylemler her iki taraftar grubu açısından kendilerini bu alana ait hissettirmeyecek olumsuz deneyimler olarak dile getirilmiştir. Ancak bu olumsuz deneyimler kadın basketbol taraftarları tarafından daha fazla dile getirilmiştir. Katılımcılar startlarda kadın bedeni üzerinden küfürler edildiğini ve bu durumun kendilerini rahatsız ettiğini bu söylemleri duyduklarında bulundukları konumu sorguladıklarını belirtmektedirler. Katılımcıların bu konudaki görüşlerine örnek olacak ifadeler aşağıda yer almaktadır:

— “Küfürden hoşlanmıyorum sonuçta ben bu tarz agresif davranışları hareketlerden hoşlanmıyorum, böyle şeyler olduğunda oraya ait hissetmiyorum.” (BT6, eski basketbol oyuncusu, işletmeci, 46y.)

— “Yani bazen bizim gruptan yapılan tezahüratlar hoşuma gitmeyince ya da küfürlü olunca veya taşkın hareketler olunca kendimi oraya ait hissetmiyorum.” (BT8, eski bankacı, 60y.)

Türkiye’de kadın taraftarlar yapılan çalışmada katılımcıların %73,6 gibi büyük bir oranı tribünde kadın taraftar ile erkek taraftar arasında bir fark olmadığını belirtmelerine rağmen tüm örneklem grubunun %86,4’ünün erkek taraftarlardan beklentileri bulunduğunu dile getirmişlerdir. Bu beklentiler içerisinde en önemli pay %39,5 ile erkek taraftarların kadın taraftara karşı saygılı ve sakin olmalarıdır. Bunu takip eden en yakın beklenti oranı küfretmemeleri ile %13,6’dır (Yılmaz, 2016). Bu sonuçlar da bizim çalışmamızı destekler niteliktedir.

Bir kadın futbol taraftarı ise toplumda kadınların futbol konusunda derin bilgiye sahip olmadıklarına yönelik bir anlayış olduğunu ve bu cinsiyetçi anlayışın kimi zaman kendisini taraftarlıktan uzaklaştırdığını belirtmiştir. Bu konuda FT10 “...maç hakkında konuştuğumuzda sizin çok bir şey bilmediğinizi düşünüyorlar bu anlarda hani hissettiriyorlar siz hissetmeseniz bile size dışlıyorlar, her kadın hissetmiştir bence.” Diyerek görüşlerini dile getirmiştir.

Bu alanda yapılan çalışmaların, kadın taraftarların canlı maç izleme deneyimleri, toplumsal algılara ve kültürel bağlamlara bağlı olarak önemli ölçüde farklılık gösterir. Araştırmalar, kadın taraftarların yaşadığın olumsuz deneyimler ile ilgili ortak noktaların olduğunu göstermektedir. Cinsiyetçi söylemler ve taciz bu listenin başında yer almaktadır (Jones, 2008; Dunn, 2014).

Her iki taraftar grubu güvenlik endişeleri nedeniyle de olumsuz deneyimler yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Ancak kadın basketbol taraftarları, cinsiyetçi söylemlerle benzer şekilde, güvenlik endişelerini daha fazla dile getirmiştir. Kadın basketbol ve futbol taraftarları statta yaşanan taşkınlıkların panik yaşamalarına ve bulundukları konumu sorgulamalarına neden olduğunu dile getirmiştir. Bununla ilgili katılımcı görüşlerinden kesitler aşağıdadır: “...birkaç tane maç yaşamıştık mesela taşkınlık oldu boşaltılması gerektiği böyle tepemizden sandalyeler uçtuğu falan, orada yani hem üzülmeye hem panik olmuştuk ben burada ne arıyorum demiştim.” (BT9, eski lisanslı yüzücü, yönetici, 42y.)

— “...bir grup erkek gelip ben oğlumla otururken (o sırada 6 yaşındaydı) benim yerimden kaldırmaya çalıştılar çok rahatsız edici ve kabaydı, içkililerdi, alkollülerdi ben bu ortamdan çok rahatsız oldum ve oraya ait hissetmiyordum, ciddi bir tacize uğradığımı hissettim hem sözlü hem de fiziksele varabilecek bir tacizdi.” (BT10, müdür, 42y.)

— “...birebir saygısızlık veya birebir sataşma olmadı bana, çok böyle aidiyet falan gibi gelmiyor yani çok hoşlanmıyorum ve o durumlarda kendimi oraya ait hissetmiyorum.”
(FT12, emekli, 65y.)

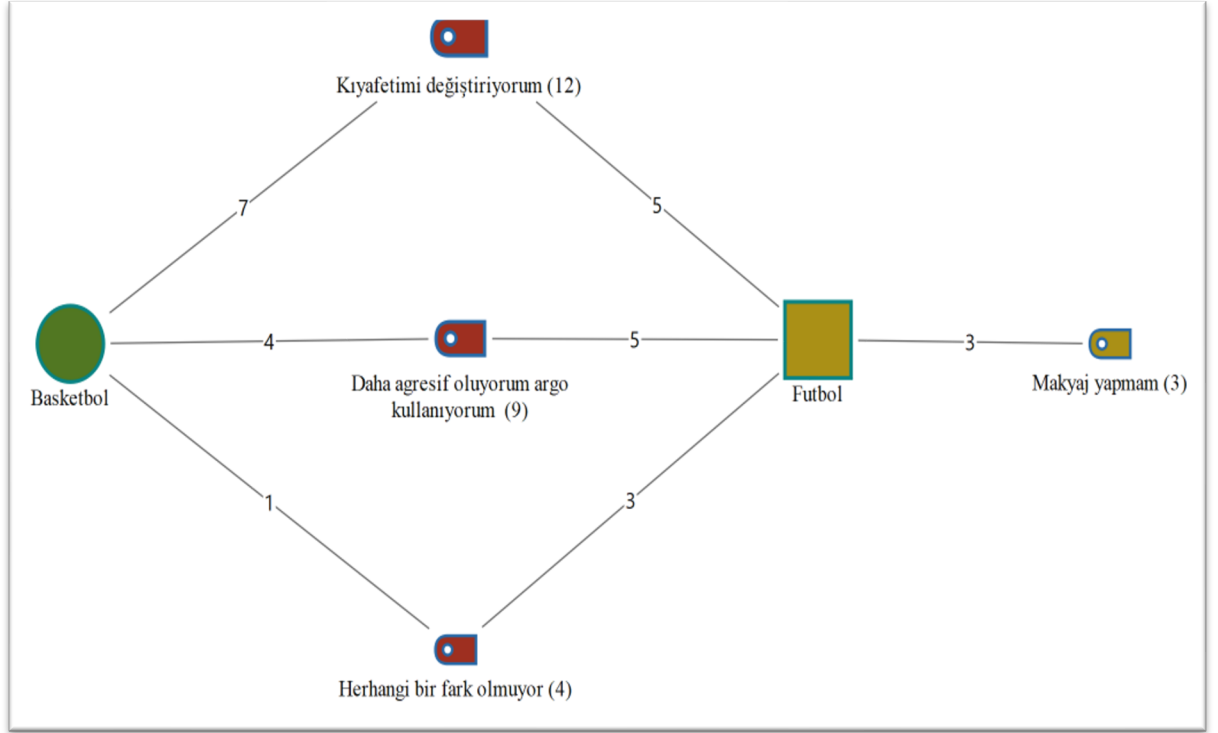
Katılımcıların yaşadıkları olumsuz deneyimler bir arada değerlendirildiğine futbol ve basketbol gibi popüler sporlarda kadın taraftarlar arasında cinsiyet normları ve kuralların bulunabildiği ancak, bu normlar ve kuralların geniş bir yelpazede değişebildiği ve bireyler arasında farklılık gösterebildiği söylenebilir. Ayrıca maçlarda kadın taraftarlar, genellikle kalabalık ortamlarda bulunmaları nedeniyle güvenlik endişeleri yaşayabilirler.

Kadın taraftarların deneyimlerine ve sosyalleşmelerine odaklanan ve giderek büyüyen bir literatür ortaya çıkmıştır (Melnick ve Wann, 2011; Mewett ve Toffoletti, 2008, 2011; Mintert ve Pfister, 2015; Pope, 2011, 2013; Pope ve Williams, 2011). Bu araştırmalar kadın taraftar tarzlarının ve toplumsal cinsiyet performanslarının çeşitliliğine ışık tutarken (Pope, 2013) ortak tema kadınların toplumsal cinsiyet beklentileriyle karşı karşıya kaldıkları (Mintert ve Pfister, 2015) ve kendilerini hegemonik erkeklikle ilişkili olarak konumlandırmak zorunda olduklarıdır (Esmonde ve ark., 2015).

Erkeklik pratiklerinin normatif olduğu bir alanda kadın taraftarların deneyimlerini daha iyi anlamak için erkek egemenliğinin hâkim olduğu diğer alanlardaki kadınların deneyimlerini de incelemek yardımcı olabilir. Literatür incelendiğinde erkek egemen mesleklerde çalışan kadınlar sıklıkla yetersiz veya profesyonel olmadıkları gerekçesiyle değersizleştirildikleri, erkeklere yönelik bir tehdit olarak görüldükleri veya düşmanlık ve cinsel tacize maruz kaldıkları görülmektedir (Acker, 2004; Bagilhole, 2002; Bruce, 2002; Lorber, 2000; McDowell, 2011). Ancak bu kadınlar kendilerini öne çıkarmaya çalışırlarsa saldırgan ve kadınsı olmayan kişiler olarak görülmektedir (Bagilhole, 2002; Lorber, 2000; McDowell, 2011). Sasson-Levy'nin (2003) İsrail ordusundaki kadınlar üzerine çalışması ve Bagilhole'un (2002) din adamları, akademi, mühendislik ve kamu hizmetlerindeki İngiliz kadınları üzerine çalışmasında kadınların erkeklerdeki azınlık statülerine yanıt vermek için üç ana toplumsal cinsiyet stratejisi kullandıklarını öne sürmüşlerdir. Bunlar, erkekleri taklit etmek için erkeksi uygulamalarda bulunmak, cinsel tacizi küçümsemek veya görmezden gelmek ve vurgulanan kadınlıktan uzaklaşmaktır (Connell, 1987; Bruce, 2002; McDowell, 1997; Miller, 2004; Ranson, 2005). Bu stratejiler kadınların erkeklerin cinsiyetçi varsayımlarına uyduğunu göstermektedir. Kadınlar uyum sağlama çabasıyla bazen kadın ve kadınlığa ilişkin erkek tanımlarını önemsiz, değersiz veya gülünç olarak kabul ederler (Bagilhole, 2002, s. 157). Cinsiyetleri bu arenalarda o kadar tartışmalı ki, kendilerini kadınlıktan ve kadın kategorisinden mümkün olduğunca uzaklaştırmaya çalışıyorlardır (Butler, 1990; Riley, 1988).

Spor geleneksel toplumsal cinsiyet normlarını pekiştiren erkek egemen bir alan olarak görülmektedir (Bryson, 1987; Connell ve Messerschmidt, 2005; Davis ve Duncan, 2006). Bu cinsiyet normları spor seyirciliği ve taraftarlığına kadar uzanmaktadır.

Araştırmalar kadın taraftarların tribünlerde cinsiyet normları ve önyargılarla karşı karşıya kalabileceğini ve genellikle cinsiyetçiliği kabul edip önemsizleştirebileceğini göstermektedir. Bu bağlamda bizde katılımcılarımıza stadyumlarda maç izlerken davranışları ve tutumları hakkındaki soruya verdiği cevaplar Şekil 9’da ki gibidir.



Şekil 9: Stadyum içi davranışları

Katılımcıların cevapları incelendiğinde, kadın basketbol ve futbol taraftarlarının stadyumdaki davranışları ile stadyum dışındaki davranışları arasındaki en belirgin farkın kıyafet değişikliği olduğu görülmektedir. Kadın taraftarlar, maç atmosferine katılırken genellikle takım renklerini taşıyan formalar veya giysiler tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Her iki taraftar grubu da maç günü stadyuma giderken günlük hayatta giydikleri kıyafetlerden farklı kıyafetler giymeyi tercih ettiklerini belirtmektedir. Ancak kadın basketbol taraftarları, bu konuda kadın futbol taraftarlarından daha sık olarak yanıt vermiştir. Kadın taraftarlar, farklı gerekçelere kıyafet değişikliği yaptıklarını belirtmişlerdir. Basketbol taraftarları, maç sırasında coşkulu, heyecanlı veya tutkulu tepkiler vermek için daha rahat hareket edebilecekleri kıyafetleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Bu durum aşağıdaki katılımcı görüşleri ile desteklenmektedir:

- ‘‘daha rahat hissedeceğim kıyafetler seğıyorum, kendimi rahat hissedeceğim ve rahat hareket edeceğim bir şeyler giymek istiyorum. Buraya kadın olduğumu gösteren bir kıyafetle gelmiyorum.’’ (BT9, eski lisanslı yüzücü, yönetici, 42 yaşında)
- ‘‘rahatlık ağıısından pantolon giymek daha tercih ediyorum, normalde olduğum gibi...’’ (BT5, emekli, 52y.)

Kadın futbol taraftarları ise ağıırlıklı olarak stadyumda günlük hayattan farklı olarak dikkat çekmemek için dekolte kıyafetler giymediklerini, bunun yerine daha maskülen ve muhafazakâr kıyafetler tercih ettiklerini belirtmektedirler. Bu durum, aşağıdaki katılımcı görüşleri ile desteklenmektedir:

- ‘‘Evet, oluyor daha muhafazakâr giyiniyorum diyebilirim.’’ (FT3, özel sektör, 27y.)
- ‘‘...ekstra yaptığım şey kadınlığımı öne çıkaracak kıyafetler giymem.’’ (FT5, televizyoncu, 40y.)
- ‘‘Ben çok fazla etek giymeyi seven bir insanım ama maçlara giderken pek bunu yapmıyorum, onun yerine daha sade makyaj, saçımı da topluyorum, eşofman ya da pantolonumu giyip gidiyorum, göze çarpmamaya çalışıyorum sessiz oluyorum biraz.’’ (FT7, öğrenci, 19y.)
- ‘‘..asla dekolte giymem mesela günlük hayatımda kullanırım dekolte giyerim, ama maçlarda çok fazla erkek var ve hani oraya aranıyormuş gibi gittiğimi düşünebilirler.’’ (FT9, öğretmen, 41y.)

Kadın taraftarların maç günü stadyumda rahat kıyafet tercih etmeleri hareket özgürlüğü, konfor ve koşulların gerektirdiği pratiklik gibi faktörlere dayanabilir. Göze çarpmamak için daha maskülen ve muhafazakâr kıyafetler tercih etmeleri ise cinsiyet rolleriyle ilgili geleneksel normlara uygun davranmaya çalışmaları ile açıklanabilir. Rapoport ve Daniel (2020) kadın taraftarları feminist bir bakış ağıısıyla incelediği çalışmada kadın taraftarların bir yandan hegemonik eril modele göre bedensel pratikleri hayata geçirmeye ve diğer yandan taraftar alanında var olma için çeşitli taraftar uygulamaları olduğunun ve kadın taraftarlara dayatılan cinsiyet rollerinden dolayı kadın taraftarların stadyumlarda maç izlerken kıyafet seçmek zorunda kaldıklarının ortaya koymuşlardır. Toplumun spor yapan kadınlara karşı benimsediği olumsuz sosyal bakış ağıısı, kadınların spor ortamında giydiği kıyafetlerin yanlış yorumlanması ve sporun bir erkek aktivitesi olarak anlaşılması olarak belirlenmiştir (Karafil ve Kaplan, 2023).

Kadın futbol taraftarları, basketbol taraftarlarının aksine maç günü stadyuma giderken daha az makyaj yaptıklarını veya hiç makyaj yapmadıklarını belirtmişlerdir. Bu ifade hiçbir kadın basketbol taraftarı tarafından dile getirilmemiştir. Bununla ilgili katılımcı görüşlerinden kesitler aşağıda yer almaktadır:

- “Normal hayatımda da çok makyaj yapmam fakat stada giderken hiçbir zaman makyaj yapmadım çünkü hani benim amacım maçı izlemek, yeri geldiğinde işte bağırp çağırmak olduğundan hiçbir zaman ben mesela makyaja gerek olduğunu düşünmüyorum.” (FT4, organizatör, 28y.)
- “...hani günlük hayatımda atıyorum kırmızı ruj sürerim ama stada giderken kırmızı ruj sürmem çünkü kırmızı ruj seksi bir şey bence orada seksi olmaya gerek yok.” (FT9, öğretmen, 41y.)

İngiltere’deki kadın futbol taraftarları üzerinde yaptığı araştırmada, kadınların diğer kadınları maçlarda fazla makyaj veya takı taktıkları için eleştirmektedir. Makyaj yapan kadınların maçlara taraftarlık yapmak için değil, kadınlık kimliklerini kullanarak cinselliklerini öne çıkardıklarını veya erkeklerin dikkatini çekmeye çalıştıklarını belirtmişleridir. Ayrıca, makyaj yapan kadınların gerçek birer taraftar olmadığını, aşırı derecede cinselleştirildiğini ve oyun hakkında çok az şey bildiğini iddia etmiştir. Bu tür yaklaşımlar, kadın seyircileri daha da dışlamaktadır (Hoerber ve Kerwin, 2013).

Türkiye’deki kadın taraftarların maç günü davranışları ile ilgili çalışmada ise kadınların %44,6’sının maç günü normal günlerden farklı olarak kişisel bakım ve makyaj yaptığı anlaşılmaktadır. Aynı şekilde, maç günü takımının formasını giyenlerin oranı %84,9’dur. Maç gününün diğer günlerden bir farkı olmadığını belirtenlerin oranı ise %41,1’dir. Kadın taraftarların maç günü davranışları ile ilgili yaptığımız analizlerde kadınların, %44,6’sının maç günü normal günlerden farklı olarak kişisel bakım ve makyaj yaptığı anlaşılmaktadır. Maç günü diğer günlere göre daha şık kıyafetler giymeye özen gösterenlerin oranı ise %23,6’dır. Bu durum, maça gitme davranışına kadınların ekstradan önem verdiğini (Yılmaz, 2016). Ancak, bu sonuçlar bizim sonuçlarımızla çelişmektedir.

Kadın basketbol ve futbol taraftarlarının stadyumdaki davranışları ile stadyum dışındaki davranışları arasında bir diğer fark ise argo konuşma şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Her iki taraftar grubu da maç günü stadyumda daha gergin olduğunu ve bu gerginlikle kimi zaman argo ifadeler kullanabildikleri belirtse de bu ifade kadın futbol taraftarları tarafından daha çok dile getirilmiştir.

Bu konuda

— “Ortama ayak uyduruyorum heyecandan tezahürat etmeyi severim bazen de küfret ederim.” (BT3, iş kadını, 40y.)

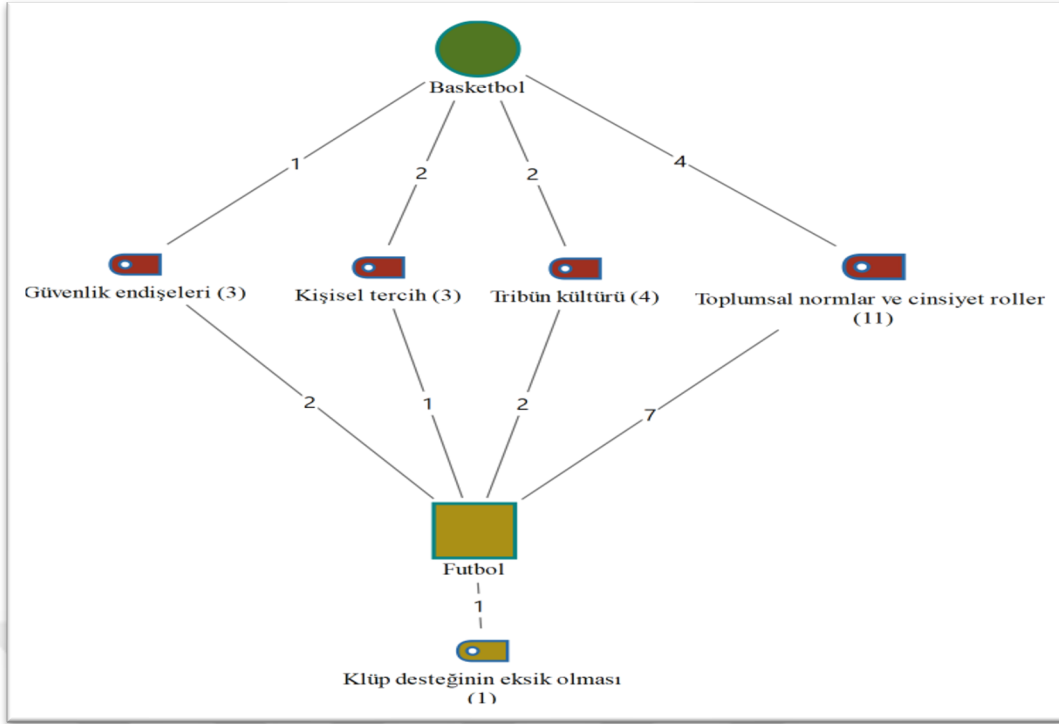
— FT10: “tezahüratlarda vesaire belki ağız biraz bozuluyor olabilir üslup yani o konuda düşünüyorum...” diyerek görüşlerini ifade etmiştir.

Spor etkinliklerinde, maç heyecanı, rekabet ve tutku, taraftarlar arasında yoğun bir duygu durumuna neden olabilir. Bu durum, bazı kişilerin maç sırasında heyecanlarını ifade etmek veya rakip takımı tahrik etmek amacıyla argo kelime veya küfürlere başvurmasına yol açabilir. Bu tür dil kullanımı genellikle duygusal bir tepki veya heyecanın bir yansıması olarak ortaya çıkabilir.

Genel olarak, erkek ya da kadın taraftarlar tarafından spor ortamlarında iftira ve saldırgan davranışlar sosyal, kültürel ve psikolojik faktörler tarafından etkilenmektedir. Kadın taraftarların erkek eşleri gibi yoğun spor etkinlikleri sırasında küstah dil kullanımı da dahil olmak üzere güçlü duygusal tepkiler gösterebilirler (Guttmann, 1986). Sonuç olarak, kadın taraftara alanın erkek egemen bir alan olduğunu kabul etmekte ve tutum ve davranışların bu normlara göre belirlemektedir.

6.3.Futbol ve Basketbol Kadın Taraftarlarının Tribünlerdeki Davranışları

Bu bölümde kadın futbol ve basketbol taraftarlarının tribünlerdeki davranışlarını daha geniş bir perspektiften ele aldık. İlk olarak bu bağlamda kadın taraftarların tribünlerde kadın taraftarların erkeklere oranla daha az görünür olmasının nedenlerini ne olabileceğini sorduk. Katılımcıların bu konudaki görüşlerinin dağılımı Şekil 10’da ki gibidir.



Şekil 10: Kadın taraftarların daha az olması

Kadın taraftarlarının tribünlerde daha az olmasının nedenleri hakkında katılımcı görüşleri incelendiğinde, her iki taraftar grubu tarafından en sık dile getirilen görüşün toplumsal normlar ve cinsiyet rolleri olduğu görülmektedir. Ancak bu görüş, kadın futbol taraftarları tarafından daha fazla tekrarlanmıştır. Katılımcılar, Türkiye gibi ataerkil toplumlarda, kadınlar için belirli alanlara erkeklerden daha az ilgi gösterilmesi veya belirli aktivitelerde bulunmamaları gerektiğine yönelik toplumsal normlar olduğunu, spor müsabakalarının da bunlardan birisi olduğunu ve spor müsabakaları ve tribün atmosferinin genellikle erkek egemen olarak görüldüğünü belirtmişlerdir. Bununla ilişkili katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir:

— “Ya bence tamamen bu yetiştirilirken işte spor erkek çocuklarına göredir spor ve arabalar, kız çocukları evcilik, Barbie bebek falan.” (BT2, öğrenci, 20y.)

Lenskyj (1988: 239) yirmi yıl önce kadınların spora katılım kalıplarının muhtemelen kadınları ebeveynleri ve öğretmenleri tarafından *kadınlığa yardımcı* olarak görülen faaliyetlere yönlendiren sosyalleşme süreçlerini yansıttığını savunmuştur. Okul ortamında futbol gibi *erkeksi* sporlar oynamak erkek çocukların *erkeksi* kimliklerinin gelişmesine katkıda bulunabilirken, Jeanes (2005) kızların *kadınlığının* futbol oynamamalarıyla tanımlanabileceğini ileri sürmüştür.

Belki de beden eğitimi öğretmenlerinin veya ebeveynlerin uyguladığı normatif yasaklama biçimlerinin, genç kızları önceden belirlenmiş bu cinsiyet rollerini kabul etmeleri sağlayarak kadınların sporun her alanında görünürliğini az olmasının nedeni olabilir.

— *“Erkek egemen bir toplumda sizi öğretilen şeyler var, kadın şu işi yapamaz kadın buraya gidemez gibi durumlar vardı, erkeklerin arasına giremez derlerdi, kadınlar da yanlarında erkek olmadan gidebileceklerini düşünmemişler maça o yüzden eskiden maçlarda kadınları çok az görebiliyorduk.” (FT5, televizyoncu, 40y.)*

Whiteside ve Hardin, (2011), evli kadınlarla yapılan odak grup tartışmalarını kullanarak spor medyası tüketiminin cinsiyet rolleri ve ilgili ev işleriyle bağlantılı olduğunu savunmuşlardır. Bu gibi cinsiyet rolleri, kadınların kadın sporlarının taraftar olarak yetiştirilmesinde önemli engeller teşkil ediyor.

— *“Daha önceden bence hep erkek alanı olarak gelmiş diye düşünüyorum hani daha çok eskiden maçlara erkekler gittiği için öyle bir şey yerleşmiş.” (BT5, emekli, 52y.)*

— *“Eskiden beri gelen bir baskıdan dolayı hani futbolun sadece erkekler için, olduğunu söylenmesinden dolayı gelen bir şey hani o baskı hala devam ediyor bence çünkü spor denilince erkeksi bir durum akla geliyor.” (FT4, organizatör, 28y.)*

Futbol stadyumları hem erkekler hem de kadınlar tarafından *erkeklerin* kolektif eğlence alanı olarak algılanması, birçok kadının spor alanlarından doğal olarak dışlanmasına yol açmıştır (Pope, 2017). Bunun yanı sıra, nesiller boyunca kadınların doğası gereği duygusal, pasif ve nazik olduğu, erkeklerin alanı olan fiziksel, rekabetçi sporlara katılmaya uygun olmadığı (Hargreaves, 2002) vurgusu nedeniyle kadınların spor alanlarında uzak kalmıştır.

Güvenlik endişeleri, kadın futbol taraftarları tarafından daha sık dile getirilmiştir. Bu düşüncede olan katılımcılara göre, kadınlar bazen spor etkinliklerine katılmaktan kaçınabilirler, çünkü stadyum güvenliği konusunda endişe duyabilirler. Özellikle büyük kalabalıkların olduğu ortamlarda, güvenlik endişeleri kadınların katılımını azaltabilir. Bu durum aşağıdaki katılımcı görüşleri ile desteklenmektedir:

— *“Oraya giderken tek başına olmak orada bir kadın için daha zor, ben maçlara tek başıma hiçbir zaman gitmiyorum ya da tek başıma olmuyorum.” (FT2, avukat, 52y.)*

— *“Erkek nüfusunun çokluğundan ve erkeklerin kadınları rahatsız etmesinden, alkol kullanıp gerilmesinden.” (FT3, özel sektör, 27y.)*

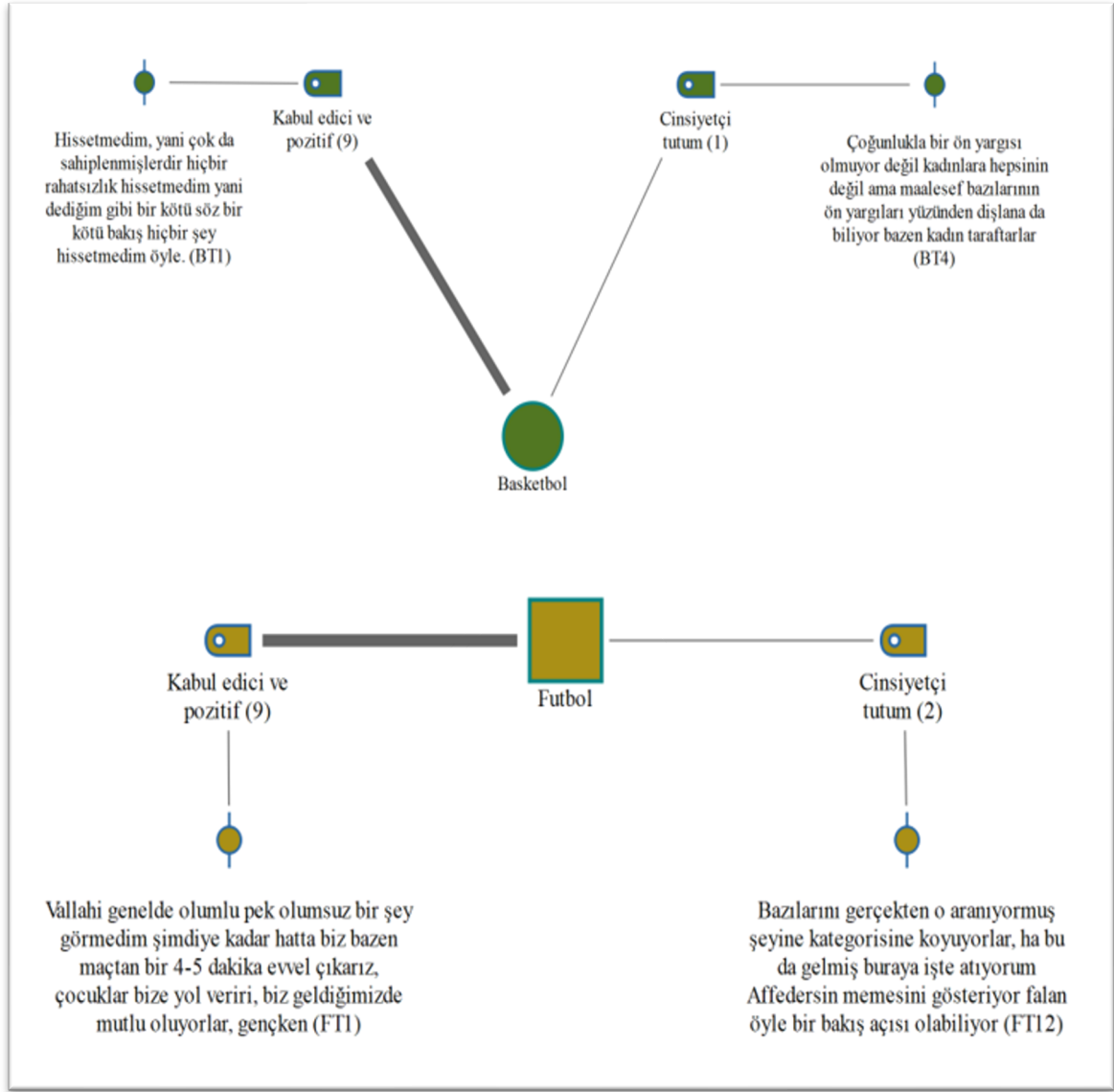
Her iki taraftar grubu da tribün kültürünü, kadın taraftarların tribünde yeterince görünmemesinin bir nedeni olarak ifade etmiştir. Bu görüşte olan katılımcılara göre, bazı sporlar veya takımların taraftar grupları agresif veya cinsiyetçi bir dil ve davranış sergileyebilir. Bu durum, kadınları spor etkinliklerine katılmaktan caydırabilir. Tribün kültüründeki hoşgörüsüzlük veya cinsiyetçi tavırlar, kadın taraftarların sayısını etkileyebilir. Bununla ilişkili katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir:

- *“Yani hoş olmayan tezahüratlar de aşırı tepkiler biraz cinsiyetçi söylemlerden rahatsızlık uyandırıyor.” (BT4, öğrenci, 19y.)*
- *“Küfür olaylarından dolayı olabilir, yani daha da azalmasına rağmen yine bitmedi. Çok fazla şiddet olayları oluyor, mesela maç bitiminde yapılan küfürler bence bizi rahatsız ettiği için bence herkesi rahatsız etmeli ama çok fazla küfür olayları dönmesi kesinlikle kadınlar daha çok rahatsız ediyor, bu yüzden de geriliyoruz.” (FT7, öğrenci, 19y.).*

Spordaki baskın ve gizli tutulan kültürel normlardan biri cinsiyetçilik (Fink, 2016). Cinsiyetçilik, kültürel ve kurumsal uygulamaların yanı sıra bireyler tarafından uygulanan sistematik, cinsiyete dayalı baskıdır (Shorter-Gooden, 2004). Bu cinsiyetçi yapı içerisinde kadınlara farklı davranılabiliyor, davranışlarına göre yargılanabiliyor ya da belirli görev ve rollere uygun görülmebiliyor (Swim ve Cohen, 1997).

Pek çok kadın spor organizasyonlarındaki cinsiyet ayrımcılığına, ayrımcı uygulamaları destekleyen organizasyon kültürlerine maruz kalmaktadır (Aitchison, 2005). Hem erkekler hem de kadınlar cinsiyetçi inançlara sahip olsa da bu özellikle sporda geçerlidir; burada kadınların yalnızca cinsiyetlerine dayalı olarak belirli işlere uygun olmadığına inanılması yaygındır (Fink, 2016; Koca, Arslan ve Aşçı, 2011). Cinsiyetçilik spor kültürüne o kadar kökleşmiş durumda ki bazı erkekler cinsiyetçi dilin erkek sporlarının başarısı için bir gereklilik olduğuna inanmaktadır (Walker ve Sartore-Baldwin, 2013).

Yukarıda da görüldüğü gibi, kadın taraftarların tribünde daha az görünmesinin birkaç potansiyel nedeni olabilir. Bu durum, erkek taraftarların tribünlerde sayıca daha fazla olmasına neden olmaktadır. Erkeklerin sayıca fazlalığı karşısında, kadın taraftarların tribünde yer alması erkek taraftarların kendilerine yönelik farklı bakış açılarına sahip olmalarına neden olabilir. Bu bağlamda, kadın taraftarlara bu konudaki görüşlerini aldık. Katılımcıların bu konudaki görüşlerinin dağılımı Şekil 11’de sunulmaktadır.



Şekil 11: Erkek taraftarların kadın taraftarlara bakışı

Erkek taraftarların kadın taraftarlara bakış hakkında katılımcı görüşleri incelendiğinde, her iki taraftar grubunda da kabul edici ve pozitif bakışında daha baskın olduğu görülmektedir. Bu görüşte olan katılımcılara göre birçok erkek taraftar, kadınların spor etkinliklerine katılmasını ve takımlarını desteklemesini olumlu bir şekilde karşılamaktadır. Katılımcıların cevapları aşağıdaki gibidir;

- “Özellikle somut bir şey olmadı, benim denk geldiğim hiç ama içimden hep şey düşünmüşsündür hani acaba beni burada görmeyi bekliyorlar mı? Bir de az önce dediğim gibi spora genelde erkekler izlemeye gider erkekler bunu fanatığıdır erkekler takip edermiş diye düşünüldüğü için ama ben somut bir durumla karşılaşmadım” (BT2, öğrenci, 20y.)

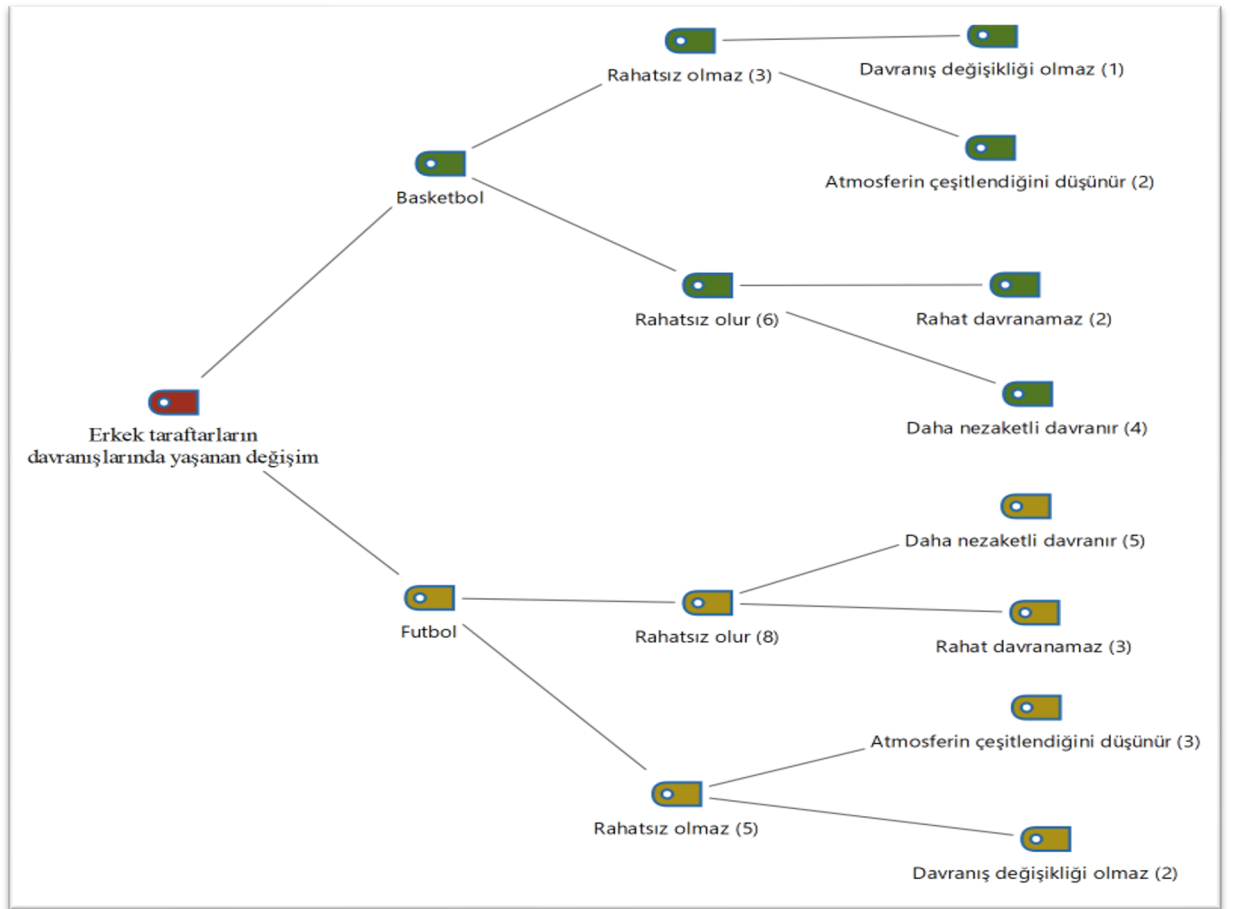
- *“Genelde olmuyor ama böyle daha çok gülüyorlar, bakıyorlar hoşlarına gidiyor bence çünkü çok fazla erkek olduğu için o ortamda farklı bir cinsiyet daha böyle çeşitlendiriyor ortamı” (FT7, öğrenci, 19y.)*
- *“Ben düşünmüyorum, ama ilk bakışta şaşırtıyorlar bence hele ki futbol gibi bir spor branşında kadın bir taraftarın maça gelip hatta belki en önden izlemesi onun için biraz şaşırtıcı olabiliyor, ama o şaşırtma kısa süreli oluyor, ondan sonra birlikte dayanışma, birlikte tezahürat edebiliyoruz, o yüzden ilk başta bir şaşırtma olduğunu düşünüyorum, ama kesinlikle o var” (FT10, öğrenci, 20y.)*

Genel olarak katılımcılar, erkek taraftarların kadın taraftarlardan rahatsız olmadıklarını belirtse de alandaki araştırmalar erkek taraftarlar kadınları futbol taraftarlık alanından mahrum bırakma eğiliminde olduklarını iddia ederler (Pfister ve diğerleri, 2013). Kadınların spor ve kuralları hakkındaki bilgilerini küçümser ve kadınları hem oyuncu hem de taraftar olarak yalnızca erkeklerle ilgilenen insanlar olarak görürler. Buna ek olarak, kadınlar genellikle erkek taraftarlar tarafından kız arkadaşı, eşi, erkek arkadaşı, kızı, kız kardeşi vb. gibi rollerine indirgerler (Cecemore ve ark., 2011). Diğer taraftan, bazı erkek taraftarların kadınlara karşı sportmenliği de gözlenmektedir. Örneğin, Pfister ve ark., (2013) araştırmasının gösterdiği gibi, erkekler genellikle stadyumdaki kadın taraftarların güvenliğinden kendilerini sorumlu hissederler.

Çoğu erkek taraftarın cinsiyet ayrımına karşı çıkarak sporun herkes için eğlenceli ve heyecan verici bir deneyim olması yönünde davranış sergilediği söylenebilir. Fakat kadınlar, erkek spor taraftarları tarafından kabul edilmek için cinsiyetlerini müzakere etme ve taraftar görünümelerini ve bilgilerini sorgulayarak diğer kadınları dışlama eğilimindedir. Bu, kadınların baskın grup (yüksek oranda özdeşleşmiş erkek taraftarlar) tarafından kabul edilmek ve diğerlerini (daha az tanımlanmış kadın taraftarlar) dışlamak için spor taraftarlık normlarına uyduklarını göstermektedir (Sveinson ve Hoeber, 2016).

- *“Bence kesinlikle var hepimizin birbirimizin üstünde etkisi vardır. Ben artık daha çok etkileşimle olduğunu düşünüyorum ya da yumuşadığını düşünüyorum, dolayısıyla ben gibi naif büyümüş bir kadının maça giderek daha dışa dönük olabileceğini daha girişken daha atak hale gelebileceğini, erkeklerin de daha az agresif olmayı daha kontrollü olmaya meyilli oluyor diyelim, iki taraf da birbirine doğru bir etkileşim oluyor. Bence onun için çok değerli bir ortam sağlıklı bir kadın-erkek iletişimi olması için bu ön yargıların kırılması için çok değerli bir ortam olduğunu düşünüyorum” (BT3, iş kadını, 40y.)*

Araştırmalar, stadyumların taraftarların etkileşimde bulunduğu ve yeni anlam katmanları yarattığı önemli alanlar olduğunu göstermektedir (Kayhan, 2023). Homososyal bir alan olarak benimsenen stadyumlarda, kadınların artan varlığının olumlu etkileri de beraberinde getirebilmektedir. Bazı kadın taraftarlar, sporda taraftar olarak üstlendikleri varsayılan rolü güçlü bir şekilde meydan okuyarak davranışları ve bakış açılarıyla dikkat çekmektedir. Özellikle kadın seyircilerin erkek eşdeğerinin davranışları üzerindeki sözde *yumuşatıcı* etkisine güçlü bir şekilde meydan okumaktadır (Murphy ve ark., 1991). Bizim katılımcılarımızda, stadyumlarımızda kadın taraftar sayısının artışıyla birlikte alanın uygarlaştığını ve kadın-erkek etkileşimiyle birlikte yeni bir atmosferin yaratıldığını vurgulayarak literatürü desteklemektedir.



Şekil 12: Erkek taraftarların davranışlarında yaşanan değişim

Bu algının ortaya çıkmasında erkek taraftarlarının bir rolünün olup olmadığını belirlemek amacıyla katılımcılara erkekler kadınların tribün veya sahada varlıklarından hakkındaki görüşleri Şekil 12’de sunulmaktadır. Katılımcı görüşleri incelendiğinde kadın futbol taraftarının ağırlıklı olarak erkek taraftarların tribünlerde kadın taraftarların varlığından rahatsızlık duymadıklarını düşündükleri görülmektedir.

— *“Ben çok denk gelmedim, yani çok da hatırlamıyorum, ama rahatsız oluyorlar bence olmakta da haklılar, ‘ne açıdan’ dersiniz şöyle her kadın böyle bu kadar sevgi ve duyguyla gelmiyor. Bazısı işte o çok yakışıklıymış işte futbolcuyu seyretmeye gelen var gibisinden gelen çok taraftar oluyor yani izleyici oluyor diyeyim. Taraftardan ziyade gelmiş o sırada hani saçma sapan telefonda canım cicim konuşuyordur işte adam orada deli gibi stres içinde kadın orda gülüşüyor. Bence telefonda maç izleyen bir erkeğin orada olması nasıl saçmaysa, bu sebeplerden orada olmayan bir kadının orada olması da bence gayet saçma. Ve hani eleştiriye açık bir durum yani”* (FT4, organizatör, 28y.)

Gerçekten de Pope (2005), günümüzde pek çok aktif erkek taraftarın, yeni kadın taraftarların oyuna katılmasını memnuniyetle karşıladığını ve bu taraftarların eninde sonunda kendileri gibi adanmış olacaklarına inandıklarını tespit etmiştir. Yeni kadın taraftarlar aynı zamanda destekledikleri kulübün ayakta kalmasına yardımcı olacak olumlu nitelikler olarak görülmüştür. Almanya ve Birleşik Krallık gibi birçok Avrupa ülkesinde yapılan araştırmalar, kadın taraftarların futbol maçlarında pek çok açıdan erkek taraftarlara benzer şekilde davranıp tepki verdiklerini ortaya çıkarmıştır (Sülzle, 2011). Jones (2008) Birleşik Krallık'taki taraftarlarla ilgili çalışmasında kadınların taraftarların kimliklerini güçlendirmek için bazen cinsiyet kimliklerini küçümsediği sonucuna varmıştır. Bazı kadın taraftarlar, tribündeki hegemonik erkeklikle baş edebilmek için kadınsı özelliklere sahip kadın taraftarları dışlama eğilimindedir. Önceki bölümde vurguladığımız gibi, bazı kadın taraftarlar taraftar olarak kabul edilebilmek için erkeklerin bakış açılarını benimsemektedir (Pfister ve ark., 2013).

— *“Bence etkisi var, bence erkeklerin %80 kadınları hatta 90'ı kadınları tribünde istemez. Sorsanız gelmesin derler, bizim alanımıza kadınlar girdi derler yani ve istemezler.”* (FT6, öğrenci, 19y.)

— *“Bence etkisi var, orası onların alanı. Yani ben de aynı mantıkla gittiğim için deşarj olma alanları ve istemeyebilirler. Yani yanında kadın mı var bir şey mi var bir tek çocuğu olanlar buna dikkat edebiliyor ama çocuğun da oraya bilerek getiriyor zaten yani stadyuma geliyor operaya gitmiyor küfredileceğini biliyor ve hani çocuğun oraya getiriyorsa sadece belki kendi etmiyordur, benim hoşuma gidiyor o ortam küfür filan o ortamın özü bu.”* (FT9, öğretmen, 41y.)

— *“Genelde rahatsız olduklarıyla ilgili ben bilmeyebilir, ama kadın taraftarlar tribünleri düzeltceğini düşünüyorum. O nedenle bu konuda çekindiklerini görüyorum daha saygılı olmaya çalışıyorlar çünkü tribünün kendi içinde de var yani sporcuya bağarmaktan ziyade kendi kendilerine de çok kavga ediyorlar, o biri küfretti biri bir*

şey söyledi öteki hocaya takıyor sağdaki bir oyuncuya takıyor dolayısıyla kendi içlerinde de bir içinde hareketli, kadın olursa bu refleksler biraz daha yumuşuyor bence. Ben çok olumlu bir etkisi olduğunu düşünüyorum kadınların tribünde olmasının. Negatif bir tavırla karşılaşmadım. Ama belki onlara sorsanız her yerde kadınlar girmesin diyebilirler.’’ (FT2, avukat, 52y.)

— *‘‘Rahatsız olmadıklarını düşünüyorum, ama mesela küfrettiklerinde özür diliyorlar kadınlardan, pardon abla falan diyorlar, o belki erkekleri hareketlerini kısıtlıyor olabilir, onlar belki de evet diyebilirler.’’ (FT3, özel sektör, 27y.)*

— *‘‘Rahatsız olduklarını sanmıyorum ama hani biz onlara bir ters bakış attığıımıza o tezahüratlarından geri dönebiliyorlar belki o an diyorlardır içlerinden işte kadınlar olmasaydı ne güzel söverdim olabilir.’’ (FT7, öğrenci, 19y.)*

— *Hiç olmuyordur çünkü kadınlar da erkekler kadar küfrediyor artık. Yani bu şey bir iş değil nasıl söyleyeyim bunu bir terazisi yok yani ben mesela bir maçta yanımda bir iki tane genç çocuk oturuyordu normal kombinemle arkadaşlarımla maça gitmiştim sonra da öğrendim ki çocuklar polis memuru imiş ve güvenlik için gelmişler ama ben erkek taraftardan daha çok küfrediyordum hiçbir sorun olmadı mesela.’’ (FT9, öğretmen, 41y.)*

— *‘‘Genç kızlara erkekler gülüyorlardı, onlar da küfrediyor çünkü, hoşlarına gidiyor diyordu küfreden bir kadı., Ya ben hiç hissetmedim onların olumsuz bir şey düşündüğünü olsa da çok da umurum değil.’’ (FT11, eski FB seçim kurulu yönetici eşi, 60y.)*

— *Olumlu kesinlikle, daha çok dikkat ediyorlar çünkü biz yokken bence biraz kabalaşıyorlar. Biz varken daha normal insan gibi davrandıklarını düşünüyorum ne bileyim hareketleri böyle zıplamaları falan daha kontrollü zıplıyorlar. Örneğin konuşurken daha dikkatli konuşuyorlar, maçı izlerken saydırdığı hakaretler yakında bir kadın varsa daha dikkatli oluyor vesaire yani öyle düşünüyorum olumlu bir etkisi var bence kadınlar biraz medeniyet getiriyor gibi diyebilirim.’’ (FT1, öğrenci, 20y.)*

Geleneksel olarak futbol hala erkeklerin alanı olarak görülmekte ve kadınların erkeklerin alanlarını işgal ettiği kanısı hakimdir. Bazı kadın taraftarlarda erkek gibi davranır ve bu fikri devam ettirirler. Bazı kadınlar ise stadyumun bazı kısımlarını görmezden gelen ve şarkı söyleyen taraftarlardan kaçınırlar ve diğer bir kadın taraftara grubu ise stadyumlardan tamamen kaçınırlar (Chiweshe, 2014).

Gruba ait olma ve bir parçası olma ihtiyacı, birçok kadının erkek taraftara davranışlarını benimseyip *erkek çocuklardan* biri olmasına yol açıyor. Bu ayrışma sürecinin kadınlar ve

kadınlık hakkında yaygın olarak benimsenen stereotipleri nasıl daha da sağlamlaştırdığını göstermekte. Diğer kadınların ise stadyumda daha az şarkı söylendiği ve dolayısıyla daha az kaba veya küfürlü dilin olduğu koltukları seçerek kaçınmayı tercih etmektedir. Kadınlar futbolu sevdikleri için hâlâ maçlara geliyorlar ama statükoyu değiştirmek için çok az şey yapabileceklerini düşünüyorlar. Dolayısıyla yukarıdaki belirttiğimiz gibi kadın taraftarlar tarafından kullanılan farklı başa çıkma mekanizmaları bulunmaktadır.

BT3 (iş kadını, 40y.) erkeklerin kadın taraftarlarından yanındayken dahi rahatça küfrettiklerini ve davranışlarında bir değişikliğe gitmediklerini *“Ben değiştirmek zorunda kalmadıklarını düşünmüyorum yani etrafta bir kadın olması onları etkilemiyor.”* Görüşleri ile dile getirmiştir. FT8(iş kadını, 38y.) ise kadınların da erkekler kadar argo konuştuğunu bu nedenle erkeklerin kadınların varlığından rahatsızlık duymadığını *“Hiç rahatsız olmuyorlar çünkü kadınlar da erkekler kadar küfrediyor artık nasıl söyleyeyim bunu bir terazisi yok yani.”* Sözleri ile ifade etmiştir.

Diğer taraftan kadın basketbol taraftarlarında iki katılımcı, kadın futbol taraftarlarında ise üç katılımcı erkeklerin kadın taraftarların katılımını, stadyum atmosferini çeşitlendiren bir unsur olarak gördüklerini belirtmiştir. Bu konuda BT2 (öğrenci, 20y.) kadın taraftarın tezahürat yaptığını gören erkek taraftarın bundan mutluluk duyduğunu *“işte amcalar diyeceğim grup sürekli bak kıza bak ne güzel bağırıyor aferin sana falan diye helal olsun falan diye beni destekliyorlar.”* Sözleri ile dile getirmiştir. FT6(öğrenci, 19y.) ise erkek taraftarın ilk başta bir şaşkınlık yaşadığını ancak daha sonra dayanışma içerisinde takımlarını desteklediklerini *“Ben düşünmüyorum ama ilk bakışta şaşıyorlar bence hele ki futbol gibi bir spor branşında kadın bir taraftarın maça gelip hatta belki en önden izlemesi onlar için biraz şaşırtıcı olabiliyor ama o şaşırtıcılık kısa süreli oluyor ondan sonra birlikte dayanışma içinde tezahüratlar gerçekleşebiliyor o yüzden ilk başta bir şaşırma olduğunu düşünüyorum ama kesinlikle o var.”* Diyerek ifade etmiştir.

Her iki taraftar grubu açısından dile getirilen ağırlıklı düşünce ise erkek taraftarların tribünlerde kadın taraftarların varlığından rahatsızlık duydukları yönündedir. Ancak bu görüş futbol taraftarları tarafından daha sık dile getirilmiştir. Bu görüşte olan katılımcılara göre tribünlerde kadın taraftarların varlığı erkek taraftarların rahat hareket etmelerini engellemekte özellikle argo kullanma konusunda daha temkinli davranmalarına neden olmaktadır. Bu konudaki katılımcı görüşleri aşağıda yer almaktadır:

— “Bence pozitif etkisi var biraz daha edepli, medeni davranıyorlar kadınları görünce, agresif hareketlerini yapmıyorlar, bir kendine geliyorlar bence, ben rahatsız olduklarını düşünmüyorum.” (BT6, eski basketbol oyuncusu, işletmeci, 46y.)

— “...mesela küfrettiklerinde özür diliyorlar kadınlardan, pardon abla falan diyorlar ama belki erkeklerin hareketlerini kısıtlıyor olabilir.” (FT3, özel sektör, 27y.)

— “...biz onlara bir ters bakış attığımızda tezahüratlarından geri dönebiliyorlar belki o an diyorlardır içlerinden işte kadınlar olmasaydı ne güzel söverdim diye.” (FT7, öğrenci, 19y.)

Görüldüğü gibi bazı durumlarda, kadın taraftarların bulunması, genel stadyum atmosferini daha nezaketli hale getirebilir. Erkek taraftarlar arasındaki rekabet ve agresiflik düzeyi, kadınların varlığıyla birlikte azalabilir. Katılımcılar erkeklerde yaşanan bu davranış değişikliğini olumlu bir değişim olarak yorumlamakta ve bu davranış değişikliğinden hareketle tribünlerdeki şiddeti çözmek için daha fazla kadın taraftarın maçlara gitmesinin sağlanması gerektiğini belirtmektedirler. Bu konuda FT12(emekli, 65y.)görüşlerini “Rahatsız ediyorum muyum bilmiyorum ama kadın taraftarlar tribünleri düzelterekini düşünüyorum o nedenle bu konuda çekindiklerini de görüyorum yani daha saygılı olmaya çalışıyorlar çünkü tribünde sporcuya bağırıktan ziyade kendi kendilerine de çok kavga ediyorlar, biri küfür etti biri bir şey söyledi öteki hocaya takıyor sağdaki bir oyuncuya takıyor dolayısıyla kendi içlerinde de bir hareketliler, kadın olursa bu refleksler biraz daha yumuşuyor ben çok olumlu bir etkisi olduğunu düşünüyorum.” Diyerek dile getirmiştir.

Tüm dünyada 1990 öncesi futbolda aşırı şiddet, küfür ve alkol tüketimi ile sporda önemli değişiklikler yapılması zorunda kılınmış ve futbol modern dönemi olarak adlandırılan, maçlarda daha güvenli ve daha medeni bir ortam yaratan, yüksek düzeyde yönetilen, tamamı koltuklu stadyumlar tarafından teşvik edilen bir döneme yol açmıştır (Williams, 2006).

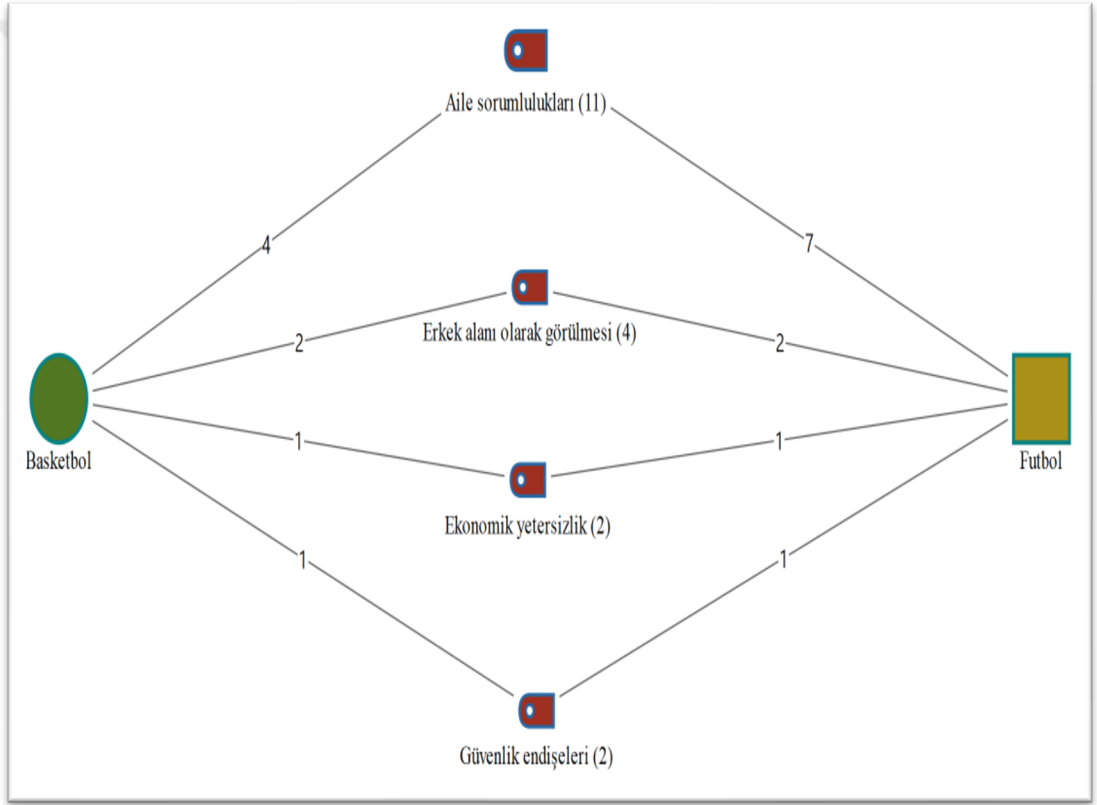
Önceki bölümlerde bahsettiğimiz Türkiye'de fair play adına statlarda küfürle mücadele ise TFF'nin özel bir politika oluşturmaya yol açtı. 2011'den önce taraftarlarının topluca küfrettiği takımlar, kendi sahalarındaki maçlarını boş stadyumda oynayarak cezalandırılıyorlardı.

2011 ile 2014 yılları arasında bu uygulamanın yerini yetişkin erkeklerin stadyumlara girmesini yasaklayan ve kulüplere kadın ve on iki yaşın altındaki çocuklara ücretsiz bilet dağıtmasını öngören ve yalnızca kadınların ve çocukların stadyumlarda maç seyretmelerine yönelik bir

kural aldı. Fakat statları dolduran kadın ve çocuklar olmasına rağmen maçlar *seyircisiz* olarak adlandırılmaya devam etti (Erhart, 2016).

6.4.Futbol ve Basketbol Kadın Taraftarlarına Ait Taraftar Kimliğinin Varlığı

Önceki bölümlerde değindiğimiz gibi, bir bireyin bir gruba ait olması benlik duygusunu destekler (Tajfel ve Turner, 1979). Bireyin kendilerine ait bir taraftar kimliğinin olması da benlik duygusunu destekleye unsurlar arasındadır. Takım kimliğini etkileyen birçok faktör mevcuttur. Bu bağlamda, katılımcılara kadın taraftarların maçları stadyumlarda izlemesinin zorlukları hakkındaki görüşlerini sorduk. Katılımcıların bu konudaki görüşlerinin dağılımı Şekil 13’te sunulmaktadır.



Şekil 13: Kadınların maçlara katılımı

Kadınların maçlara gitmelerinin daha zor olma nedenlerine ilişkin katılımcı görüşleri incelendiğinde, her iki taraftar gurubu tarafından en sık dile getirilen görüş aile sorumluluklarıdır. Bu görüş her iki taraftar grubu tarafından da dile getirilmiş olsa da futbol kadın taraftarı bu görüşe daha çok katılım göstermiştir.

Bu şekilde düşünen katılımcılara göre, kadınlar bazen aile sorumlulukları nedeniyle spor etkinliklerine katılamayabilirler. Özellikle çocukları olan kadınlar, aileleriyle ilgilenmek için

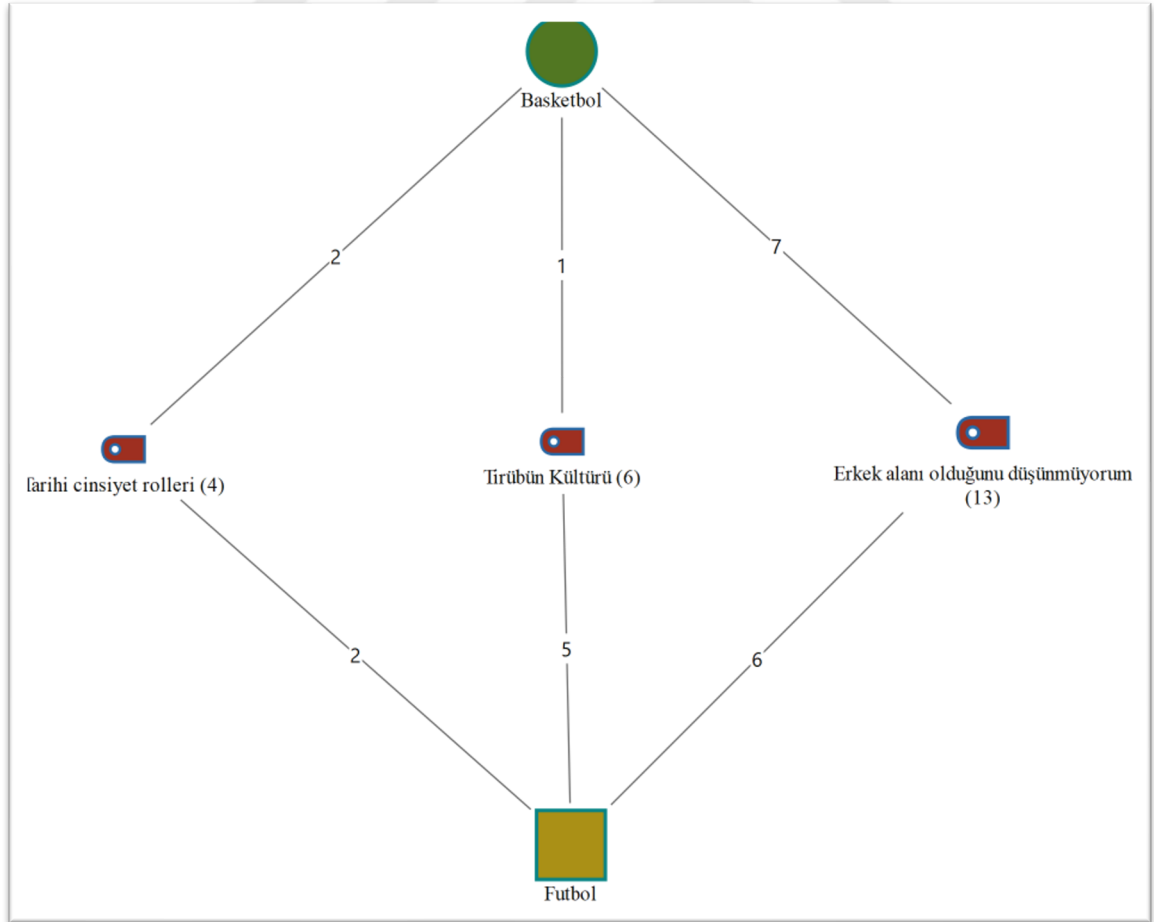
bu tür etkinliklere katılmaktan kaçınabilirler. Günay ve Bener (2011) de kadınların toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde aile içi yaşamı algılama biçimlerini belirlemek için 575 evli kadınla yaptıkları araştırmada da kadınların ailenin mutluluğu ve birlikteliğinin sağlanmasında önemli sorumlulukları olduğunu dolayısıyla da kadınların cinsel rolleri nedeniyle bunun doğal bir durum olduğunu ortaya koymuşlardı. Bu durum aşağıdaki katılımcı görüşleri ile ortaya konulmuştur:

- “Yani işte şartlarına bağlı eğer çocuk falan varsa bu bir engel mesela öncelik farklı oluyor o zaman.” (BT1, ev kadını, 48y.)
- “Tabii kadının bir anne olması var bir ailesi var aile olmak var, kültürümüzden bu görevler kadın ait.” (BT9, eski lisanslı yüzücü, yönetici, 42y.)
- “Kadının ev sorumluluğu var biliyorsunuz, dolayısıyla çalışan bir kadının hafta sonulları çünkü bir gitmek demek yarın işte ondan sonraki gün okula gidecek çocuğun ihtiyaçlarını falan tamam diyebilmek noktasında bence fedakârlık kadınlar çok beklendiğinden o konuda biraz daha zorluk içindeler diye düşünüyorum.” (FT2, avukat, 52y.)
- “Annen eve işi, çocuk gibi genelde ev sorumluluğu annenin üstündedir, anne her seferinde her hafta her defasında gidiyorum diyemez ve muhtemelen” (FT4, Futbol taraftarları, kadınların yaşamlarındaki büyük dönüşümleri ve kadınların boş zaman ve iş alanlarında seçim yapma gücünün son zamanlarda göreceli olarak artmasını, kadınların kendilerini aktif spor taraftarları olarak kurmaları için daha fazla fırsatla ilişkilendirmeye daha yatkındı.

Dunn (2014) da bizim sonuçlarımıza benzer bir sonucu kadın taraftarlarla yaptığı röportajlarda elde etmiştir. Kadınların spordan keyif almak ve futbol sahasındaki oyunlara katılmak için hâlâ toplumsal cinsiyet rolleriyle müzakere etmek zorunda kaldıklarını vurgulanmıştır. Whiteside ve Hardin (2011) da kadın sporlarını izleyen kadınların önemli bir seyirci sayısının eksikliğinin kadınların daha büyük ev sorumlulukları ve bunun sonucunda serbest zaman kaybı yüzünden kaynaklandığını öne sürmüştür. Görüldüğü gibi kadınların ev içi sorumlulukları ve taraftarlık arasındaki ilişki, toplumun kültürel normları, cinsiyet rolleri ve bireysel tercihler gibi birçok faktörden etkilenir. Bu sonuç, toplumsal cinsiyet rollerini ele alan önceki araştırmalar ile örtüşmektedir. Cinsiyet rolleri doğumda öğrenilmeye başlanır, ancak bu öğrenme süreci doğumla veya çocuklukla sınırlı değildir.

Erkeklerle ve kadınlara öğretilen bu roller, kişilerin yaşına bağlı olarak değişebilmektedir. Ayrıca cinsiyetler arasındaki farklılıkların derecesi yaşla birlikte değişebilir (Erdal ve Oğuz, 2010). Toplumsal cinsiyet rolleri gereği erkek çocuklar daha çok erkekçi oyuncaklar olan kamyon, araba, silah gibi oyuncaklarla oynamalıdır. Kızlar ise oyuncak bebek, mutfak eşyaları gibi oyuncaklarla oynamalıdır (Sigelman ve ark., 2018). Erkeklerin ve kadınların yıllar içinde edindiği ve öğrendiği toplumsal cinsiyet rolleri birlikte bir hayat kurmaya karar verdiklerinde bu daha da belirgin hale gelir. Kadınların yemek pişirmesi, ütülemesi ve çamaşır yıkaması beklenir. Çocuğun doğumuyla birlikte kadının sorumluluklarının arasına ona bakmak da eklenir (Erdal ve Oğuz, 2010). Erkekler ev işlerine dair olan görevlerde kadınlar kadar sorumluluk üstlenmezler (Kasap ve ark., 2018). Kadınlara yüklenen ek sorumluluklar çoğu zaman onların başka hobilere yönelmelerine engel olmaktadır (Yaprak ve Amman, 2009).

Görüldüğü gibi toplumlarda var olan cinsiyet rolleri ve stereotipleri, sporun daha çok erkeklerle ilişkilendirilmesine neden olabilir. Spor, fiziksel güç ve rekabet gibi özellikleri vurguladığı için, bu özellikler genellikle erkeklikle ilişkilendirilmiş olabilir. Bu bağlamda katılımcılara taraftarlığın erkeklerin bir alanı olup olmadığı ile düşünceleri Şekil 14’te sunulmaktadır.



Şekil 14: Taraftarlığın erkek alanı olarak görülmesi

Taraftarlığın erkek alanı olarak görülmesinin nedenlerine ilişkin katılımcı görüşlerine bakıldığında katılımcıların ağırlıklı olarak taraftarlığın erkek alanı olarak görmediklerini belirttikleri görülmektedir. Aşağıda katılımcıların verildiği cevaplardan kesitler sunulmuştur:

- ‘‘Kesinlikle düşünmüyorum hatta tam tersine böyle olmaması adına daha fazla kadın taraftan sahaya gitmesi gerektiğine inanıyorum. (BT4, öğrenci, 19y.)
- ‘‘Hayır bence, yani ne alakası var hatta sadece onlar benim istemiş gibiler onlar kendini futbola ait görüyorlar ama bir taraftarlık bir bağdır ve bence alakası yok’’ (FT6, öğrenci, 19y.)
- ‘‘Hayır, erkek alanı olarak düşünmüyorum’’ (BT1, ev kadını, 48y.)
- ‘‘Taraftarlık ne kastettiğini bağlı, bağırıp çağırıp küfretmek ise evet bu erkek alanı ama tarafı desteklemekse kesinlikle erkek alanı değil, çok fanatik kadın taraftarları da geçiyorum bayağı kendinden geçen, bence kadın erkek ayrımı yok, taraftarlık bir takımı tutup gönül vermekse bence kadınlar erkeklerden daha çok gönül bile veriyorlar’’ (BT3, iş kadını, 40y.)
- ‘‘Şimdiye kadar öyleydi bence artık öyle değil erkekte sevdiği tarafta takımın taraftarı olabilir yani illaki erkeğin olması gerekmez bence. Kadın gösteremiyorum olsa bile içten içe yaşıyor olabilir’’ (FT11, eski FB seçim kurulu yönetici eşi, 60y.)

Türkiye’de kadın taraftarlar üzerine yapılan çalışmada da kadın taraftarların %73,6 gibi büyük bir oranı tribünde kadın taraftar ile erkek taraftar arasında bir fark olmadığını belirtmelerine rağmen katılımcıların %86,4’ünün erkek taraftarlardan beklentileri bulunduğunu belirtmişler. Bu beklentiler içerisinde en önemli pay, %39,5 ile erkek taraftarların kadın taraftara karşı saygılı ve sakin olmalarıdır. Bunu takip eden en yakın beklenti oranı küfretmemeleri yönündedir (Yılmaz, 2016).

Ayrıca, katılımcılar son yıllarda, bu konuda artan farkındalık ve çabalar ile artık taraftarlığın cinsiyetle sınırlı olmadığını ve herkesin spor etkinliklerine eşit bir şekilde katılma hakkına sahip olduğunu belirtmektedirler.

Taraftarlıkta cinsiyetin olmadığı ile ilgili görüşleri aşağıdaki gibidir

— *“Hayır kesinlikle hayır çünkü yani taraftarının cinsi cinsiyet olmaz ki bir şey sevip desteklemek sonuçta” (FT12, emekli, 65y.)*

Taraftarlığı erkek alanı olarak gördüğünü belirten katılımcıların cevaplarında öne çıkan gerekçelerden birisi ise tribün kültürüdür. Bu görüş futbol kadın taraftarları tarafından daha fazla dile getirilmiştir. Bu şekilde düşünen katılımcılara göre tribün kültürü, zaman zaman agresif, argo, rekabetçi ve maskülen bir atmosfer yaratabilir. Bu atmosfer, kadınları veya farklı cinsiyet kimliklerini içeren bireyleri spor etkinliklerine katılmaktan caydırabilir. Bu nedenle, spor etkinliklerine duyulan ilgi, erkek taraftarlığının daha baskın olmasına yol açabilir. Bu konuda katılımcı görüşlerinden kesitler aşağıda yer almaktadır:

— *“Bence evet, kesinlikle doğru çünkü deşarj oluyorlar ve onu gözlerinden görebiliyorsun yani onlar orası mutlu alanı gibi geliyor yani erkek arkadaşları ile yaptıkları bir aktivite belki evliler belki normalde korkutacaklar ama 2 haftada biri bunu yapmak çok mutlu ediyor onlara çok belli yani.” (FT3, özel sektör, 27y.)*

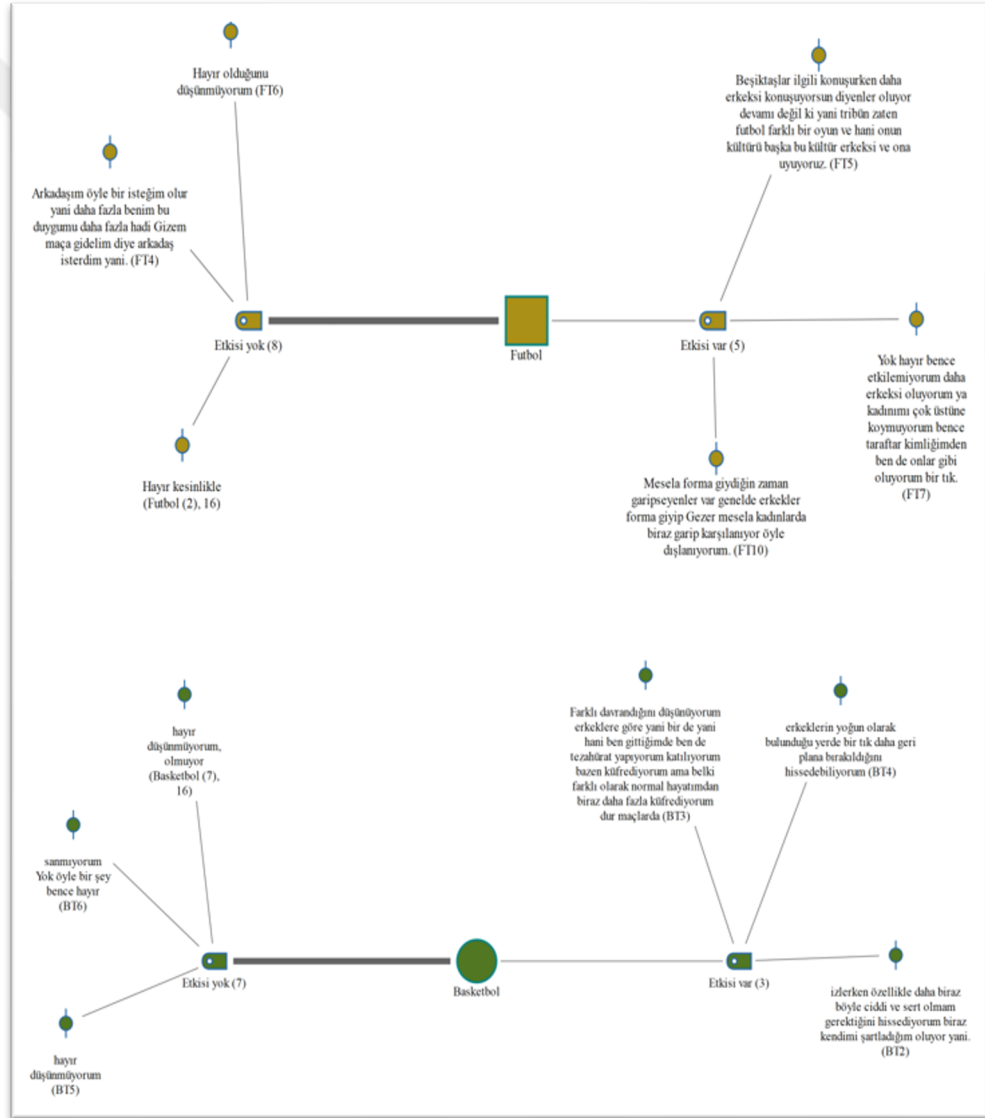
— *“Kadın veya erketen ziyade oranın bir üslubu var, bunu söyleyeceğim illa küfredেকেsin maçta diye bir şey yok ben mesela maçta küfretmeden seyrettiğim çok maç olmuştur, tribüne ayak sağlamak uydurmak gibisin hani neyi nerede ne için yaptığının farkında olmak az önce de bahsettim yani oraya gidip de işte çok sessiz sakın efendi bir şekilde bütün pür dikkatimle hiç bağırmadan küfretmeden de maçı seyredebilirsin.” (FT4, organizatör, 28y.)*

Türkiye'nin büyük şehirlerinde futbol maçlarına kadınların katılımının arttığını görmek mümkündür. Önceki bölümde bahsettiğimiz gibi Türkiye'nin en eski futbol kulüplerinden biri olan Beşiktaş'ı destekleyen kadın taraftar kulübü “Ladies of Beşiktaş”ın üyeleriyle yapılan araştırma, Türkiye'de statların hâlâ cinsiyetçi bir yer olduğunu göstermektedir. Ancak kadın Beşiktaş taraftarları, taraftarlıktan vazgeçmeyip erkek futbol dünyasına meydan okumaktadırlar (Nuhrat, 2017). Karşı çıkma biçimleri arasında cinsiyetçi tezahüratlara yanıt vermek ve erkek taraftarlar maç sırasında küfür veya hakaret kullandığında ıslık çalmak yer almaktadır.

Stadyumlardaki küfür ve şiddet atmosferi, kadın taraftarların deneyimlerini önemli ölçüde etkilemekte ve futbol maçlarına katılımlarında ve eğlencelerinde zorluklara ve kısıtlamalara yol açmaktadır.

Kadın taraftarlar genellikle taraftar stadyumlarda geleneksel cinsiyet normları, önyargıları ve cinsiyetçilikle karşı karşıya kalmaktadır (Lenneis ve Pfister, 2015). Bunlar bazen kabul edilir ve önemsizleştirilir, bu da taraftar kültürü hakkında müzakerelere ve eleştirel düşünmeye ihtiyaç olduğunu gösterir (Zuaneti Martins, 2022). Kadınların stadyumlarda artan varlığına rağmen futbol stadyumlarındaki cinsiyete dayalı davranışlar ataerkil ilkelerin devam etmesin sağlayarak kadınların katımlarını engeller ve önyargılar devam ettirir.

Bu bulgular cinsiyetin taraftarlık kimliği üzerinde belirleyici bir faktör olduğunu akıllara getirebilir. Bu bağlamda katılımcılara “*Cinsiyetinizin taraftarlık kimliğinizi etkilediğini düşünüyor musunuz?*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu konudaki görüşlerinin dağılımı Şekil 15’te sunulmaktadır.



Şekil 15: Cinsiyetin taraftar kimliği üzerindeki etkisi

Cinsiyetin taraftar kimliği üzerindeki etkisine ilişkin katılımcı görüşlerine bakıldığında katılımcılar çoğunlukla cinsiyetin taraftar kimliği üzerinde bir etkisi olmadığını düşünmektedirler. Katılımcılar kadın taraftarlarında erkek taraftarlarla aynı şeyleri yaptığını belirtmektedir. Bu konuda ilgili;

- ‘‘Yo düşünmüyorum, erkekler ne yapıyorsa bende yapıyordum.’’ (BT1, ev kadını, 48y.)
- ‘‘Farklı davrandığını düşünüyorum erkeklere göre yani bir de hani ben gittiğimde ben de tezahürat yapıyorum katılıyorum bazen küfrediyorum ama belki farklı olarak normal hayatımdan biraz daha fazla küfrediyordumdur maçlarda.’’ (BT9, eski lisanslı yüzücü, yönetici, 42y.)

Bu sonuçlar, kadınların cinsel kimliklerini kaybetmediklerini vurgulamaları, aslında stadyumdaki erkeksi alana uyum sağladıklarına dair temel mesajı da vermektedir. Sveinson ve Hoeber (2016), kadınların eril pratikleri benimseme eğiliminde olduklarını, ancak bazılarının spor alanı dışında da kadınsı pratikleri sürdürmek istediklerini göstermiş ve toplumsal cinsiyet pratiklerinin toplumdaki gündelik yaşamları ile bir spor taraftarı olarak yaşamları arasında nasıl dalgalandığından bahsetmişlerdir. Benzer şekilde Jones (2008) da çalışmasında kadınların taraftar ve toplumsal cinsiyet kimlikleri arasında gerilim yaşadıkları sonucuna varmıştır.

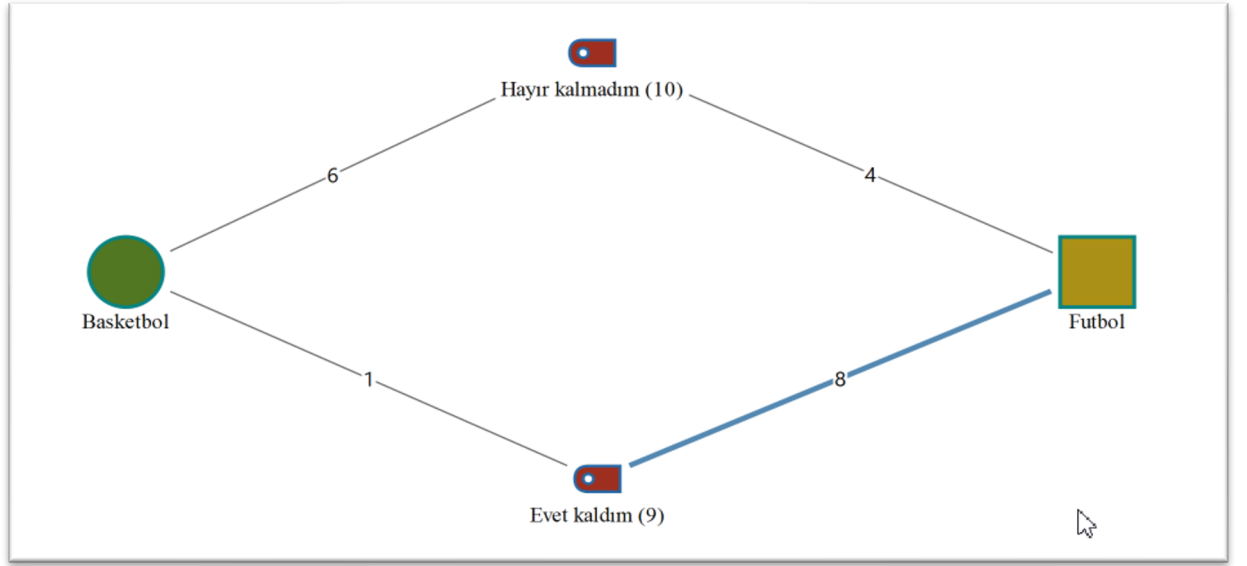
Katılımcılar, statların kadın-erkek diye ayrılmadığını herkesin, herkesin aynı yerde takımını desteklediğini ilgili görüşleri;

- ‘‘Statta kadın erkek ayrı mı bir cinsiyetçilik yok, bana kalırsa ben öyle bir şeye de düşünmüyorum kimliğimi etkilediğini.’’ (FT11, eski FB seçim kurulu yönetici eşi, 60y.)

Sandvoss (2003), futbol taraftarlarının motivasyonlarına ilişkin yaptığı çalışmada, taraftarların taraftarlık kimlikleriyle kendi kimlikleri arasındaki paralelliği vurgulamıştır. Bu durumu açıklamak için Chelsea Futbolu Kulübü'nün başarısını benimseyen ve bunu kendi kimliklerinin bir uzantısı olarak kullanan futbol taraftarlarından örnek vermiştir. Bu açıdan bakıldığında spor taraftarı aslında kendini yansıtmaya ve bireyselleştirmeye ilgilidir. Crawford (2004), sporun insanları bir araya getirerek kimlik ve aidiyet duygusunu tanımlamada önemli bir rol oynayabileceğini ileri sürmüştür. Taraftarların mutlaka birbirlerini tanıması ve hatta diğer taraftarlarla ilişki kurması gerekmemektedir. Taraftarların ortak bir kimliğe sahip olduklarına inanmaları daha önemli olduğunu vurgulamıştır.

Ayrıca daha önce cinsiyet temelli taraftarlık algısı yaygın olsa da, bunun zamanla kırıldığı da katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Bu konuda FT8 (iş kadını, 38y.): “Kadınlar da bu şekilde kendilerini kabullendiler birçok erkekten çok daha fazla futbol biliyorlar çok daha aktif olarak takip ediyor.” Demiştir. Buna göre katılımcıların cinsiyetin taraftarlık kimliğini etkilediği genellemesine katılım göstermedikleri söylenebilir. Genel olarak, toplumsal cinsiyet dinamikleri, çeşitli spor ve taraftar kültürlerinde kadın taraftarların deneyimlerini ve kimliklerini önemli ölçüde şekillendirmektedir.

Eğer biri sizi sorguluyorsa, sizden şüphe ediyor demektir. Bu bağlamda katılımcılara “Hiç erkek taraftarlar taraftar kimliğinizi kanıtlamak zorunda kaldınız mı?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu konudaki görüşlerinin dağılımı Şekil 16’da sunulmaktadır.



Şekil 16: Taraftarlık kimliği kanıtlamak zorunda kalmak

Katılımcıların erkek taraftarlara kimliğini kanıtlamak zorunda kalıp kalmadıkları hakkında görüşleri incelendiğinde, her iki taraftar grubunun da çoğunlukla bu önermeye katılmadıkları ancak basketbol kadın taraftarlarında bu önermeye katılmayanların sayıca daha fazla olduğu görülmektedir. Bu önermeye katılanlarda ise futbol kadın taraftarlarında bariz bir çoğunluk vardır. Bu görüşte olan kadın futbol taraftarı genellikle taraftarlıkla ilgili bilgilerine şüphe ile yaklaşılmasından yakınmaktadırlar. Katılımcıların bu konuda görüşleri;

— “Tabi hepsine her zaman kanıtlama zorunda kaldım, 2003 kadrosunu sayılıyorlar sayıyorum yok diyor ezberlemiştin de biraz inanmıyorlar açıkçası herhalde bilmiyorum belki ego çatışması oluyor yani onlara göre belki kadınlar bilmemesi gerektiği için olabilir bilmiyorum.” (FT7, öğrenci, 19y.)

- “Mesela taksi şoförü, Galatasaraylıyım ben diyor. Telefonunda Galatasaray marşı çalıyor ama adama bir haber GS'den, Ben cevaplıyorum ama o dediklerime kuşkuyla bakıyor, inansa mı inanmasa mı.” (FT8, iş kadını, 38y.)
- “Bu maalesef oldu yani. Taraftar olarak, oyuncu olarak maalesef çoğu zaman bunu yapmak zorunda kalıyoruz. Bir kere basketbol hakkında konuşulan bir ortamda, düşüncelerimin erkeklerin yoğun olarak bulunduğu yerde bir tık daha geri plana bırakıldığını hissedebiliyorum fark ediyorum ilgilenmeyeceğini düşündüklerini fark ediyorum ya da o ortamdayken bir tık daha düşüncelerim arka planı bırakılabiliyor” (BT4, öğrenci, 19y.)
- “Evet, maalesef oldu. Mesela Beşiktaş'ta Beşiktaş maçları öncesinde taraftarları toplanıp bağıra çağıra besteler söylüyorlar. Tam o taraftarların arasındaydım, çekilmem gerektiğini söylendi. Aslında oradan da geçmem de gerekiyordu ve sadece birazcık dinlemek istemiştım hoşuma gitmişti orada dedim hani ben de biliyorum ben de taraftarım aynı zamanda orada bir ikna etme çabam olmuştu o kalabalığın arasında.” (FT1, öğrenci, 20y.)
- “Yani hiç umurumda değil aslında, ama bazen oluyor tabii. Ama ben umursamıyorum, tanımayanlar tabii sorguluyor. Zaten erkekler kadının spor alanında olmasını genel olarak zaten sorguluyorlar sadece taraftar değil sporcu olarak da sorguluyorlar. Ben basket oynadığımda da sorguluyorlardı. Erkeklerin kadınları spor alanında olmalarında bir ön yargı var. Taraftarlıktan bağımsız spor alanında kadınlar sorgulanıyor.” (BT6, eski basketbol oyuncusu, işletmeci, 46y.)

Erkeklerin kadınlara kıyasla sporla daha güçlü bir bağı olduğu tespit edilmiştir (Ridinguer ve James, 2002) ve bu nedenle erkek taraftarlar olarak standartları onlar belirlemektedir. Taraftarların adanmış, bilgili ve yüksek düzeyde özdeşleşmeye sahip oldukları söylenir ki bu özellikler genellikle erkek taraftarlarla ilişkilendirilir (Crawford ve Gosling, 2004; Davis ve Duncan, 2006; Dietz-Uhler ve ark., 2000; James ve Ridinger, 2002). Dahası, erkekler kadın taraftarların sadece sosyalleşme aracıları olarak görmektedir. Sosyalleşme takımın taraftarlarıyla ilişkili tutum, bilgi, değer ve davranışların öğrenilmesini ve içselleştirilmesini içerir (Kolbe ve James, 2000).

Ben-Porat (2009) İsraili kadın futbol taraftarlarını incelemiş ve kadınların erkekler aracılığıyla sporda sosyalleştiğini bulmuştur.

Buna ek olarak, kadınlar spora özgü bilgiden yoksun ve spor etkinliklerine uygunsuz nedenlerle katılan otantik olmayan taraftarlar olarak görüldükleri için marjinalleştirilmektedir (Crawford ve Gosling, 2004; Dietz-Uhler vd., 2000; Gosling, 2007; Wedgwood, 2008). Bilgi, spor taraftarı olmada önemli bir rol oynamaktadır (Wann ve Branscombe, 1995) ve erkeklerin bu özelliği kadınlardan daha yaygın olarak gösterdiği varsayılmaktadır (Davis ve Duncan, 2006; Sveinson ve Hoeber, 2015).

Dolayısıyla, kadınların spor konusunda bilgili olduğu varsayılmassa da bu durum taraftarlardan beklenen bir özelliktir. Ayrıca, kadın taraftarların maçlara katılma nedenleri olarak takım oyuncularına olan ilgiden dolayı gerçek olamayan taraftar olarak değerlendirilirler. Toffoletti ve Mewett (2012) ‘‘erkek sporculara arzulu bir şekilde bakan kadınların *meşru* spor taraftarı statülerini tehlikeye atma riski taşıdıklarını’’ tespit etmiştir (111). Her kadın erkek sporculara karşı çekim duymasa da bu durum, erkeklere kadınların spora o kadar da derin bir ilgi duymadığına inanmaları için sebep vermektedir (Wedgwood, 2008).

Kadın taraftarların yaşadıkları deneyimler üzerine yapılan araştırmaların çoğu (Jones, 2008; Pope, 2011, 2013; Pope ve Williams, 2011; Sherlock ve Elsdén, 2000) farklı muamele görmek, taraftarlıklarının sorgulanması veya cinsiyetçi davranışlarla karşılaşmak da dahil olmak üzere bir tür ötekileştirme yaşadıklarını ortaya koymuştur. Kadınlar genellikle spor taraftarları arasındaki sohbetlerden dışlanmakta (Farrell ve ark., 2011; Sherlock ve Elsdén, 2000) ve otantik olmayan taraftarlarla ilişkili özelliklere sahip oldukları varsayılmaktadır (Gosling, 2007; Jones, 2008; Toffoletti ve Mewett, 2012). Bu da kadınların marjinalleştirilmesin yol açmıştır çünkü erkeklerin spor konusunda kadınlardan daha bilgili olduğu varsayılmaktadır (Davis ve Duncan, 2006; Farrell ve ark., 2011). Bazıları bu uygulamayı, erkeklerin genç ve yetişkin olarak sporla daha fazla iç içe oldukları ve bu nedenle temel bilgilere sahip oldukları düşüncesine bağlamaktadır.

Sveinson ve Hoeber (2016) araştırmalarında ise kadın taraftarlar spor bilgileri hakkında sık sık sorular soruması ve sorgulanmasından dolayı hayal kırıklığı kaynağı haline geldiğini dile getirmişlerdir. Bu durum genellikle toplumsal normlar, cinsiyet beklentileri ve cinsiyetçi tutumlarla bağlantılı olabilir. Bu tür baskılar ve zorlamalar, kadın taraftarların kendilerini özgürce ifade etmelerini ve spor etkinliklerinde varlık göstermelerini engelleyebilir. Coddington (1997: 79) de kadın futbol taraftarlarının oyuna olan bağlılıklarıyla yargılanmanın

kadın taraftarları çok rahatsız ettiğini bundan dolayı da taraftarlığı daha ciddiye aldıklarını ve oyun konusunda daha bilgili olmaya çalıştıklarını belirtmişti.

Bizim yaptığımız araştırmada da birçok kadın katılımcının spora olan bilgilerini ve bağlılıklarını ifade etmekten mutlu olduklarını ve sıklıkla gerçek taraftarlar ve erkeklerden daha bilgili olduklarını iddia etmeye çalıştıklarını sonucuna varılmıştır.



7. TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu bölümde, araştırmamızın bulgularını üç ana başlık altında sunduk: tartışma, sonuç ve öneriler. Tartışma başlığı altında, elde edilen bulguları mevcut literatür ile karşılaştırarak analiz ettik ve çalışmamızın bilimsel katkılarını tartıştık. Sonuç başlığında, araştırmanın ana bulgularını özetledik ve çalışmanın genel anlamda neyi ortaya koyduğunu net bir şekilde ifade ettik. Son olarak, öneriler başlığında, araştırmanın bulguları ışığında gelecekte yapılacak çalışmalar için önerilerde bulunduk ve pratik uygulamalar için rehberlik sunduk.

7.1.Tartışma

Erkeklerin spor taraftarlık deneyimleri ve olaylara ilişkin yorumları hakkında pek çok materyal mevcuttur, ancak kadınların değişen bir kültürel ürün olarak sporu nasıl deneyimledikleri hakkında nadir çalışma bulunmaktadır. Tarih boyunca kadın taraftarlar göz ardı edilmiş, marjinalleştirilmiş veya gerçek olmayan bir taraftar olarak görülmüştür. Son yıllarda sporun ticarileşmesiyle birlikte kadın taraftarlar ön plana çıksa da taraftarlık alanında cinsiyet konusunda savunmasız kalmaktadırlar. Son zamanlarda spor tarihi ve taraftarlık alanındaki literatüre kadınlar da dahil edilmeye çalışılmakta ve deneyimlerin de çok önemli olduğu vurgulanmaktadır. Belki de en önemlisi bu bağlamda erkek taraftarların spora katılımlarında aynı engel ve engellerle karşılaşmamış olmalarıdır.

Bunun yanı sıra günümüzde kadınların sosyal yaşamlarındaki değişimin cinsiyetler arasında eşitliğe yol açan büyük dönüşümlere yol açtığı görülmektedir (Sullivan, 2006). Kadınların iş ve boş zaman alanlarındaki yaşamlarındaki değişikliklerin yanı sıra heteroseksüel kadınların eşleriyle olan aile içi ilişkilerindeki değişiklikler, kadınların kendi yaşamları üzerinde daha fazla özgürlük ve kontrol sahibi olmalarını sağlamaktadır. Bu da engelleri yıkmaya ve daha önce hem oyuncu hem de seyirci olarak spora erişimlerini engelleyen sosyal ve kültürel kısıtlamalara meydan okumaya teşvik etmektedir.

Dolayısıyla, bizim çalışmamızda yukardaki değişimler ışığında basketbol kadın taraftarları ve futbol kadın taraftarlarının taraftarlık deneyimleri toplumsal cinsiyet merceği ile incelenmiştir. İlk olarak, kadın futbol ve basketbol kadın taraftarlarının deneyimleri arasında fark var olup olmadığı incelenmiş olup iki grup arasındaki farklılıklar, taraftarlığın nasıl tanımlandığı, ne anlama geldiği ve hangi duygusal bağlantıları içerdiği konularında ortaya çıkmıştır. Basketbol kadın taraftarları, taraftarlığı genellikle bir takımı desteklemek veya bir tarafı tutmak olarak, futbol kadın taraftarları ise taraftarlığı genellikle bir kulübe ait olma duygusu olarak algılamaktadırlar. Her iki taraftar grubu da taraftarlığı bir tutku olarak görmekte ve duygusal bağlarını takımlarına manevi destek sağlamak üzerine kurmaktadır. Katılımcılar, kulübün

formasını satın alma, maç bileti veya kombine alma gibi eylemleri taraftarlık kültürünün bir parçası olarak görmektedir. Bu durum taraftarlık olgusunu ele alan araştırmaların ulaştığı sonuçlarla tutarlıdır. Örneğin, Smith ve Stewart’a (2027) göre, taraftarlar takım ürünlerini satın almak ve takımlarının oyununu izlemek için şehir dışına seyahat etmek için çok para harcamak gibi belirli yollarla kulübe sadakat gösteren kişilerdir. Ancak, taraftarı olduğu takımın formasının giymek, erkek taraftarların onayını almanın yanı sıra kadınların hem cinselliklerini hem de desteklerini ve kulübe bağlılıklarını ifade etmelerinin meşrulaştırılmış bir yolu olabilir.

Daha önce tartıştığımız gibi taraftarlar spor etkinlikleri üzerinde doğrudan etkiye sahip kişilerdir (Murrell ve Dietz, 1992). Giulianotti'nin (2002) taraftarları ateşli ve ılık olarak sınıflandırması, kulübe bağlılığın farklı düzeylerini belirtmektedir. Ateşli taraftarlar kulüpleriyle organik bir özdeşleşme ve dayanışma içindedir, ılık taraftarlar ise daha uzak ve tüketici bir ilişki içindedir. Giulianotti (2002) ateşli/tüketici taraftarların sporun yenilikçi bakış açısında hoşlanan bir taraftar kitlesi olduğunu savunurken, tüketici taraftarların kulübe maddi destek sağlamak amacıyla var olduklarını belirtir. Ateşli taraftarların kimliklerinin çoğunlukla kulüp ürünlerinin tüketimi yoluyla doğrulandığını iddia eder.

Bu sınıflandırma çalışmamızdaki futbol kadın taraftarlarının davranışları geleneksel/ateşliye destekçi (supporters) kategorisiyle örtüşse de basketbol kadın taraftarları sınıflandırmak adına nispeten yetersiz kalmaktadır. Çünkü basketbol kadın taraftarları için taraftarlığın anlamı, tutulan tarafı destekleme, fanatikliğe kaçmadan maçın heyecanını yaşama ve arkadaşlarıyla hoş vakit geçirme anlamına gelmektedir. Bu da bizi Popo’un (2013) İngiltere'deki erkek futbolu ve ‘ragbi’ kadın taraftarlarıyla röportajlar yaparak taraftarlığın kadınlar için ne anlama geldiği ve önemini keşfetmeyi amaçladığı çalışmasında sunduğu kadın taraftarlar sınıflandırmasına götürdü. Popo (2013) kadın taraftarları toplumsal cinsiyet performansı göre *eril* kadınlıklar ve *dişil* kadınlıklar olarak değerlendirerek kadın taraftarlarını *tutkulu- coşkulu* ve *havalı* olarak sınıflandırır. *Tutkulu* taraftarlar tuttuğu takımla ilgilenen, maçlara fiziksel olarak katılan, takımlara ve oyuncular ile güçlü duygusal bağlılık kuran taraftarlar iken, *havalı* taraftar ise taraftarlık hayatlarının diğer alanlarına aynı şekilde sirayet etmemiş, kimlik meseleleri nispeten önemsiz ve taraftarlık alanını erkeklerin dünyası olarak görürler. Bu tanımlar göz önüne alındığında çalışmamızdaki kadın basketbol taraftarlarının Popo’un (2013) *tutkulu* taraftar sınıflandırmasına uyma olma olasılığına daha uygun olduğunu gözükmemektedir.

Taraftarların deneyimlerini anlamak için takım tercihlerini belirleyen faktörleri anlamak da önemlidir. Kadın basketbol taraftarlarının takım seçiminde ağırlıklı olarak eş (koca) ve aile üyelerinin etkili olduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan kadın futbol taraftarlarının takım seçimini kişisel tercihlerine dayandırdıkları görülmüştür. Her iki taraftar grubunda da eş, baba, büyük

baba ve kardeş gibi erkek kişilerden oluşan ailenin ve çevrenin takım tercihindeki etkisi, bireylerin taraftarlık kimliği üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu durum sporun son derece cinsiyetçi bir alanı temsil ettiği gerçeği (Meier, Konjer ve Strauß, 2020) ile örtüşmektedir. Bu sonuçlara paralel şekilde Dever'e (2013) göre takım tutama tercihi aile mirası ile açıklamaktadır. Bireyler babası, amcası ve dayısı gibi genellikle erkek akrabaların desteklediği takımı desteklemektedir. İnan'ın (2017) yaptığı araştırmaya göre de taraftarların çoğu ailesinden etkilenecek takım seçmiştir. Bu sonuçlardan hareketle bireylerin aileleri ile yaşadıkları önceki deneyimler kişisel bağlılık hissi oluşturabilir. Bu deneyimler aynı zamanda bireylerin spor etkinliklerine katılma tercihlerini de etkileyebilir.

Öte yanda futbol kadın taraftarlarının çoğunluğu takımlarını kendi tercihleri doğrultusunda seçtiklerini belirtmişlerdir. Son dönemde yapılan en kapsamlı çalışmalardan olan Lenartowicz ve Organista, (2023) Polonyalı spor taraftarları ile Birleşik Krallık, Amerika Birleşik Devletleri, Avustralya, Yunanistan, Norveç ve Katar'daki spor taraftarları arasındaki uluslararası farklılıkları karşılaştırılmalı olarak analiz etmişlerdir. Sonuçlar ebeveynler, aile ve arkadaşların yanı sıra toplum veya kendi tercihlerinin takım seçimlerini şekillendirmede önemli rol oynadığı yönündedir. Ayrıca kültürel farklılıkların spor tüketim kalıplarını ve taraftar davranışlarını etkilediğini ve cinsiyet farklılıklarının spor yoluyla sosyalleşmesinde çok önemli bir rol onardığını ortaya koyar. Bu sonuçlar çalışmamızla tutarlı olup, son yıllarda kişisel tercihler doğrultusunda takım tercihleri yapıldığını göstermektedir.

Bireylerin spor taraftarı olmaktan uzaklaştığı zamanlar olabilir ve uzaklaşma çeşitli nedenleri içerebilir. Bu nedenler kişisel tercihlerden daha geniş sosyal ve psikolojik faktörlere kadar uzanabilir. Örneğin birincil neden olarak taraftarlar sporu artık çekici bulmadığından ve bu nedenden dolayı taraftar olmaktan uzaklaştığını belirtirken (Van Driel ve ark., 2019), bazı taraftarlar ise bir spor takımını desteklemenin ne çaba ne davranış ne de onlara uygun olan hâkim sosyal normlar açısından artık yetişkin statüleriyle orantılı olmadığını düşünmektedir. Artık stadyumlarda toplanmalarına, tezahürat etmelerine, çılgın davranışlarda bulunmalarına veya küfretmelerine hoş karşılanmadığını dile getirirlerdir (Simmons ve ark., 2021). Benzer şekilde yaşlı müzik taraftarları üzerinde yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlar ulaşılmıştır (Bennett, 2006). Brown ve ark. (2012) yaşlı müzik taraftarlarının hayatlarının bu aşamasında müziğin boş zamana aktivitesi olarak görüldüklerini ve artık ergenlik dönemindeki gibi sosyal ve eğlence işlevlerini yerine getirmediği sonucuna varmışlardır. Sonuç olarak taraftarlık stadyumda fiziksel katılım yerine spor yayınlarını izlemek gibi daha uzak bir etkileşim türüyle yer değiştirmiştir.

Bizim çalışmamızda ise her iki taraftar grubunun da taraftar olmaktan uzaklaşma nedenleri arasında takım başarısızlığı, yönetim problemleri ve kişisel faktörler bulunmaktadır. Taraftar olma ve kulüp yönetimi ilişkisine bakıldığında taraftarların maddi ve manevi talepleri yönetim tarafından karşılandığı sürece takıma bağlılık ve takımı yalnız bırakmama konusunda herhangi bir sorun yaşanmayacağı ancak bazı durumlarda yönetim ile grup arasında çatışmalar yaşanabileceği ve bunun takıma desteğini çekme ile sonuçlanacağı belirtilmektedir (Gürses ve Semiz, 2021; Polat ve ark., 2019). Öte yandan, kadın taraftarların büyük çoğunluk taraftarlıktan hiçbir zaman vaz geçmediklerini belirtmişlerdir. Bu bulgular ışığında taraftarlık deneyimini etkileyen çok çeşitli faktörlerin olduğunu ve kadın taraftarların spor etkinliklerine katılımını etkileyen dinamik bir sürecin olduğunu göstermektedir.

Futbolun giderek kadınlaşmasının bir parçası olarak (Popo, 2016) 1990'lardan bu yana kadın futbol taraftar sayısında önemli bir artış gözlenmektedir (Antonowicz ve ark., 2020). Anketler ayrıca kadın taraftarların ortalama sayısının istikrarlı bir şekilde artarak tüm Premier Lig taraftarlarının yaklaşık %15'ine ulaştığını göstermiştir (Williams, 2001). Türkiye'de 2014-2023 yılları arasında kadın taraftarların Passolig puanlarındaki artışa bakıldığında kadın taraftar sayısında ciddi bir artış olduğu görülmekte (bkz. Tablo 2). Bizim katılımcılarımızda kadın taraftar sayısında artış olduğunu desteklemektedir. Yukarıdaki verilere dayanarak futbol taraftarlarının sayısal verilerine yönelik çalışmalar olmasına rağmen diğer branşların göz ardı edildiği söylenebilir.

Her iki taraftar grubu da kadın taraftarların sayıca arttığı düşünülmektedir. Ancak katılımcıların kadın taraftar sayısındaki artışa dair algılarının futbol ve basketbol taraftarları arasında farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Kadın basketbol taraftarlarının kadın taraftar sayısındaki artışta kadınların ekonomik özgürlüğünün ve sportif başarının artmasının etkili olduğunu düşünürken; kadın futbol taraftarları ise ekonomik gücün artması, güvenlik önlemlerinin iyileştirilmesi ve erkeklerin kız arkadaşlarıyla birlikte statlara gitmeye başlamasını etkili faktörler olarak görmektedir. Taraftarlık takım ürünlerini satın almak ve takımlarının oyununu izlemek için para harcamak gibi faaliyetler gerektiren bir alandır (Smith ve Stewart, 2007). Türkiye gibi ataerkil toplumlarda kadınlar ve erkekler arasındaki derin sosyal ve ekonomik farklılıklar kadınların ekonomik anlamda erkeklere bağımlı kılmaktadır (Kasa ve Alptekin, 2015). Dolayısıyla kadınların ekonomik olarak güçlenmeleri, genellikle kendi hobilerine ve ilgi alanlarına daha fazla zaman ve kaynak ayırabilmelerini sağlar. Ekonomik özgürlükleri artan kadınlar, bu bağlamda spor etkinliklerine katılma ve takım sporlarına olan ilgilerini geliştirme konusunda daha fazla özgürlüğe sahip olabilirler. Ekonomik özgürlükleri artan kadınlar, geleneksel

cinsiyet rollerine meydan okuyarak erkek alanı olarak görülen spor etkinliklerine daha fazla katılım gösterebilirler (Meier, Konjer ve Strauß, 2020).

Stadyum güvenliği, kadın taraftar varlığının arttırılması için en önemli konulardan biridir. Bu nedenle, birçok futbol kulübü, güvenliği artırarak kadın seyirci sayısını artırmayı hedeflemektedir (Ahmadi ve ark., 2020). Çünkü seyircilerin stadyumda algıladıkları güvenlik algısı, stadyum ortamını değerlendirirken en önemli hizmetler arasında yer almaktadır (Biscaia ve ark., 2013). Bu amaç doğrultusunda ve artan güvenlik hizmeti ile son yıllarda kadınların spor müsabakalarına seyirci olarak katılımının önemli ölçüde arttığı görülmektedir (Farrellet ve ark., 2011; Mintert ve Pfister, 2015; Cere, 2002). Katılımcıların büyük çoğunluğu stadyumlarda alınan önlemleri yeterli bulsa da hala güvenlik kaygıları nedeniyle kadın taraftarların statlardan uzak durmayı tercih ettiğini düşünmektedirler. Çemrek (2015) kadın taraftarların stadyumlardaki futbol maçlarına gitmemelerine neden olan faktörleri incelemek amacıyla yapılan araştırmada en önemli faktörün maçlardaki güvenlik algısı ve şiddet olgusu olduğu öne sürmüştür.

Kadın taraftarların canlı maç izleme deneyimleri, sosyal algılara ve kültürel bağlama bağlı olarak önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Araştırmalar, kadın taraftarların sıklıkla spora olan ilgileriyle ilgili zorluklarla karşılaştıklarını ve takımları gerçekten desteklemediklerini ve gerçek taraftar olmadıklarını öne süren kalıp yargılarla mücadele ettiklerini göstermektedir (Radmann ve Hedenborg, 2022). Tarihsel olarak, kadın spor taraftarları marjinalleştirilmiş ve erkek taraftarlardan daha aşağı düzeyde görülmüş, bu da taraftar kitleleri hakkında olumsuz bir imaja yol açmıştır (Sveinson ve Hoeber, 2016; Pope, 2017). Genel olarak kadın taraftarlar, geleneksel toplumsal cinsiyet normlarına ve stereotiplere meydan okudukları ve spor taraftar deneyimlerinde meşruiyet, özgünlük ve kendi kaderini tayin etme hakkını tesis etmeye çalıştıkları karmaşık bir ortamda faaliyet göstermektedirler.

Ancak kadınların boş zaman yaşamlarında son dönemde yaşanan değişimler incelendiğinde, kadınların yaşamlarında toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlayacak kadar büyük değişikliklerin olduğu açıkça görülmektedir (Pilcher, 2017; Wilkinson, 1994). Kadınların iş ve boş zaman alanlarındaki yaşamlarındaki değişikliklerin yanı sıra heteroseksüel kadınların eşleriyle olan aile içi ilişkilerindeki değişiklikler, kadınların kendi yaşamları üzerinde daha fazla özgürlük ve kontrol sahibi olmalarını sağlamıştır. Bu, bazılarını engelleri yıkmaya ve daha önce hem sporcu hem de taraftar olarak spora erişimlerini engelleyen sosyal ve kültürel kısıtlamalara meydan okumaya teşvik etmiştir. Bu bulgular bizim sonuçlarımızı destekler niteliktedir.

Toffoletti (2017), kadın taraftarların erkek taraftarlardan farklı algılanıp farklı değerlendirildiklerinin farkında olduklarını ve bu nedenle çoğu zaman erkek taraftarların geleneksel normlarına uyma çabası içinde olduklarını belirtmektedir. Ben-Porat (2009, 883) de toplumsal yapımıza benzer şekilde erkek egemen bir toplumdaki azınlık taraftar olan İsraili kadın futbol taraftarlarının deneyimlerini incelediği çalışmada üç ana sorunsalı incelemiştir. İlk olarak kadınların nasıl futbol taraftarı olduğu, bir yaşam biçimi olarak taraftarlık ve stadyumdaki davranışlarını odaklandığı çalışmasında, kadınların sporla ilk tanışmalarında erkeklerin kilit rol oynadığını tespit etmişti ve bu durumun bir kadının tek başına maça gitmesinin *uygun* olmadığını, bunun yerine tercihen bir erkek tarafından eşlik edilmesi gerektiğini gösterdiğini savunmuştur. Ayrıca bu araştırmadaki kadın taraftarların çoğu hiçbir iç saha maçını kaçırmamış ve kulüpleri hakkında çok bilgi sahiplerdir. Bu nedenle, Ben-Porat (2009, 892) çalışmasında görüştüğü kişilerin çoğunun *geleneksel* taraftarlar olarak futbolun hayatlarının merkezinde olduğunu öne sürmüştür. Bizim çalışmamızdaki katılımcılar da geleneksel taraftar konumu da yer alsalar da stadyumlarda kendilerini oldukça rahat hissettiklerini dile getirmişlerdir.

Jone (2008) ayrıca bazı kadınlar futbol maçlarında kadınlığa yönelik olumsuz çağrışımlar nedeniyle stadyum gibi ortamlarda kadın olarak görülme istemediklerini belirtmiştir. Bu kadınlar taraftarlık kültürünü geleneksel erkeklik geçmişinden dolayı kadın kimliklerini gizleme eğilimindedirler. Bazı kadınlar için taraftar kimliklerini öne çıkararak toplumsal cinsiyet kimliklerinin önüne geçmektedir. Bu tür kadınlar kendilerini futbol maçlarındaki toplumsal cinsiyet beklentileriyle aynı hissetse de taraftarlık kimliklerini daha ön planda tutmayı tercih etmektedir. Bazı kadınlar ise toplumsal cinsiyet kimliklerinin önemini küçümseyerek veya futbol kültürünün bir parçası olduğunu savunarak eril uygulamalara rıza göstermektedir. Bu kadınlar futbol maçlarındaki toplumsal cinsiyet beklentileriyle başa çıkmak için benzer stratejileri kullanmaktadır. Araştırmanın bulguları, futbol taraftarlığıyla toplumsal cinsiyet kimlikleri arasındaki ilişkinin karmaşıklığını vurgulamaktadır.

Ek olarak, Lenneis ve Pfister (2015), kadın futbol taraftarlarının genellikle tribünlerde geleneksel cinsiyet normları ve önyargılarla karşılaştığını ve kabul edilen davranış kurallarına uyacak şekilde kıyafet seçimlerini etkilediğini vurgulamaktadır. Tribünlerdeki geleneksel cinsiyet normlarının, önyargıların ve cinsiyetçiliğin çoğu zaman kadın taraftarlar tarafından da kabul edilip önemsizleştirildiğini ortaya koymaktadır. Stadyumlarda belirli davranış kurallarına sahip alanlardır ve *erkeksi* davranışlar ideal taraftar davranışı olarak nitelendirilmektedir.

Kadınların spor stadyumlarında taraftar olarak yetersiz temsil edilmesi çeşitli faktörlere bağlı olabilir. Araştırmalar, kadın taraftarların tarihsel olarak nasıl *aşağı* ve *gerçek olmayan* olarak

nitelendirildiğini ve spor taraftarı olarak aktif katılımlarını engelleyen klişeleri sürdürdüğünü vurgulamaktadır (Jones ve ark., 2022) daha da ötesinde toplumsal normlar ve cinsiyet beklentileri çoğu zaman kadınların spor etkinliklerine erişimini sınırlar ve bazı ülkeler kadınların stadyumlara giriş yasakları getirerek oyunlardaki fiziksel varlıklarını kısıtlamaktadır (Eskandari, 2022).

Daha önce tartışıldığı üzere Pfister ve ark., (2016) Danimarkalı kadınların erkekler tarafından gerçek taraftar olarak kabul edilebilmeleri için cinsiyet stereotiplerine meydan okumaları gerektiğini gösterdi. Radmann ve Hedenborg (2018) tarafından yapılan başka bir çalışmada ise İsveç'teki kadınların futbolu takip etmek için şiddetle karşılaştıklarını ancak kadın taraftarlığına karşı toplumsal cinsiyet kalıplarına direnmek veya onları güçlendirmek için stratejiler uyguladıklarını vurguladı. Her iki çalışma da kadın taraftarların deneyimlerini keşfetmek için toplumsal cinsiyet teorisini uygulanmış olup ve cinsiyete dayalı deneyimlerin çeşitli bağlamlarda farklılık gösterdiği sonucuna varmışlardır. Bizim çalışmamızda ise kadın taraftarların stadyumlardaki yetersiz temsiliyle ilgili görüşleri çoğunluk öncelikle toplumsal cinsiyet rollerine dayanmaktadır.

Cinsiyet rolleri yalnızca yüzyıllar boyunca değil yakın geçmişte de pek çok açıdan değişime uğradı. Örneğin 1950'li yıllarda küçük kızların *şekerden, baharattan ve güzel olan her şeyden yapıldığı* söylenirdi. Ancak 1960'lı ve 70'li yıllarda sütyenlerin yakıldığı ve yamalı kot pantolonların vazgeçilmez hale geldiği dönemde bu durum birçok kadın için değişti. Aslında her başarılı nesil, kadın ve erkeklerin toplumda nasıl davranması gerektiğine dair farklı beklentileri de beraberinde getirdi. Ancak bu değişim Batı kültürlerinde daha belirgin olsa da ataerkil toplumlarda farklı cinsiyet rolleri hâlâ mevcuttur. Ataerkil toplumlar hem erkekler hem de kadınlar için cinsiyet rollerinin ve beklentilerin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu toplumlar erkek egemenliğini sürdürmekte bu da kadınların aşağı ve alt konumlanmasına neden olmaktadır (Sultana, 2012). Bu cinsiyet rollerinin uygulanması, toplumsal beklentilere uymayı zor bulan bireyler için ikilemler yaratarak kadınlarda kadın düşmanlığının içselleştirilmesine ve erkeklerde saldırgan cinsiyet beklentilerine yol açmaktadır (Rudden, 2022).

Kültürel normlar ve değerler, kadın taraftarların çeşitli bağlamlarda ataerkil toplumlara yönelik tutum ve davranışlarını şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Ataerkil toplumlarda toplumsal cinsiyet rolleri belirgin bir şekilde tanımlanır ve kadınlarla erkekler arasındaki önemli eşitsizlikleri sürdürerek (Johnson, 2005) toplumsal cinsiyet rolleri katı bir şekilde tanımlanmıştır. Erkeklerin güçlü, iddialı ve tedarikçi olması beklenirken, kadınların besleyici, itaatkâr ve ev içi sorumluluklara odaklanması beklenir (Best ve Williams, 2001).

Spor taraftarlığı da geleneksel olarak erkek egemen bir faaliyet olarak görülmektedir ancak son zamanlarda kadın katılımında önemli bir artış olduğunu göstermektedir. Buna rağmen toplumsal cinsiyet rolleri taraftarların deneyim ve algılarını etkilemeye devam etmektedir. Toplumsal cinsiyet rolleri bireylerin spor taraftarları içinde nasıl sosyalleştiğini etkiler. Erkekler ve kadınlar, daha geniş toplumsal cinsiyet normlarını yansıtan farklı şekillerde sporla tanışabilir ve sporla ilgilenebilirler.

Ayrıca katılımcılar spor müsabakalarının ve tribün atmosferinin genellikle erkek egemen olduğunu ifade etmişlerdir. Spora ilginin genellikle erkekler arasında daha büyük bir öncelik olarak görüldüğü düşünülmektedir. Bu sonuç daha önce yapılan araştırma sonuçlarıyla da örtüşmektedir. Ampirik kanıtlar, erkeklerin kadınlardan daha fazla taraftar olarak spora ilgi duyma ve katılma olasılığının daha yüksek olduğunu göstermektedir (Murrell ve Dietz, 1992; Allison ve Knoester, 2021; Taşmektepligil, 2017). Bu bağlamda katılımcıların taraftarlığı erkeklerin bir alanı olarak düşünüp düşünmedikleri ve bu düşünciyi destekleyen veya desteklemeyen gerekçeleri incelenmiştir. Taraftarlığı erkek alanı olarak gören katılımcılar arasında, tribün kültürünün agresif, argo, rekabetçi ve maskülen bir atmosfer yaratmasının etkili olduğu görülmüştür. Taraftarlığın erkek alanı olarak görüldüğünü düşünen katılımcılar, tarihsel olarak cinsiyet rollerinin belirgin bir şekilde ayrıldığını ifade etmiştir. Bu sonucu destekleyen başka bir çalışmada Nuhrat (2017) futbolun cinsiyetlendirilmiş bir spor olduğunu ve kadınların futbolu taraftarlar içindeki hegemonik erkeklik tarafından şekillendirilen bir düzenin parçası olarak yeniden ürettiğini savunduğu çalışmasıdır. Bu sonuçlara rağmen katılımcıların çoğunluğu taraftarlığın cinsiyetle sınırlı olmadığına inanmaktadır. Ancak tribün kültürü ve tarihsel cinsiyet rolleri, bazı katılımcıların taraftarlığı erkek alanı olarak görmelerine neden olmaktadır. Bu bulgular, spor etkinliklerinde cinsiyet eşitliğine yönelik çabaların devam etmesi gerektiğini göstermektedir. Öte yandan, katılımcıların çoğunluğu cinsiyetin taraftar kimliği üzerinde belirleyici bir faktör olmadığını düşünmektedir. Bu durum kadınlarda artan toplumsal cinsiyet eşitsizliği farkındalığı ile ilişkilendirilebilir. Ampirik kanıtlar toplumsal cinsiyet eşitsizliği konusunda kadınlarda artan düzeyde bir farkındalık olduğunu ortaya koymaktadır (Koyuncu ve Çoban, 2019).

Sosyal bir alan olan stadyumlar, temel işlevlerinin ötesine geçerek, toplumu geliştirmede, ortak deneyimler yaratmada ve sosyal etkileşimleri kolaylaştırmada kritik bir rol oynamaktadır. Futbol stadyumlarının karakteristik özelliği olan erkek egemenliği ve kadın düşmanlığı, futbolun yeniden ataerkil bir alana dönüşmesine yol açmaktadır. Bu durum, kadınları dışlayan, kadın düşmanı ve erkek odaklı bir geleneğe işaret etmektedir (Heide, 1978). Fakat son zamanlarda artan kadın taraftarla ilgili olarak erkeklerin düşünceleri ve hareketleri merak

uyandırmaktadır. Bu bağlamda katılımcılar, erkek taraftarların kadınların stadyumda bulunmasından rahatsız olmadıklarını dile getirmişlerdir. Ancak araştırmalar kadınların erkek meslektaşlarının koyduğu kurallara uydukları sürece tribünlerde hoş karşılandığını göstermektedir (Jakubowska ve ark., 2020).

Akademisyenler spor alanının bir toplumsal cinsiyet inşa alanı olarak işlev gördüğü konusunda hemfikirdir (Messner, 2007, 3). İnsanlar küçük yaşlardan itibaren sporla ilgili faaliyetler ve deneyimler aracılığıyla kimliklerini kız veya erkek olarak inşa ederler (Messner, 2015). West ve Zimmerman (1987) de çocukların ve yetişkinlerin sportif faaliyetler aracılığıyla toplumsal cinsiyetlerini *yaptıklarını* öne sürmüştür. Geleneksel olarak pasif, özel, agresif olmayan ve rekabetçi olmayan faaliyetler kızlar için uygun görülürken (Tepper, 2000), spor taraftarlığının ve spor etkinliklerine katılımın genellikle erkekler ve erkek çocuklar için daha kabul edilebilir boş zaman etkinlikleri olarak görülmektedir (Hoerber ve Kerwin, 2013). Hem erkek sporcular hem de erkek taraftarlar sporu *hegemonik erkekliği* ifade etmek için kullanmaktadır, çünkü sporda fiziksel hüner, rekabetçilik, saldırganlık ve vurdumduymazlık gibi *tipik erkeksi* niteliklere büyük değer verilmektedir (Connell, 1995; Light ve Kirk, 2000; Connell ve Messerschmidt, 2005; Chafetz ve Dufur, 2006).

Aslında, spor taraftarlığı ve hegemonik erkeklik iç içe geçmiş durumdadır, zira bu erkeklik kısmen profesyonel spor yıldızları gibi erkekliğin rol modellerinin üretilmesi yoluyla geliştirilmektedir. Tarihsel olarak spor ve spor alanlarıyla ilişkilendirilen bu erkek çağrışımlarının kökleri ve kadınları evin mahremiyetiyle sınırlayan cinsiyet rollerini kökeni on yedinci yüzyıla dayanmaktadır (Tepper, 2000). Boş zamanın bu cinsiyete dayalı bölünmesi spor tüketiminin cinsiyetlendirilmesinin temelini oluştururken bu da spor arenasında ağırlıklı olarak erkek seyircilerin ağırlıklı olarak erkek takımları ya da erkek sporcuları erkeksi sporlar olarak kabul edilmesini sağlamıştır.

Bu bağlamda kadınların stadyumlarda bulunması genellikle anne ya da eş rolünü de üstlenmeleri halinde, örneğin maçlar sırasında çocuklara bakmaları durumunda kabul edilebilir. (Crawford ve Gosling, 2004). Dahası kocalar, erkek kardeşler ve babalar genellikle kadınların spor etkinliklerine ve boş zamanlarına erişimini kontrol etmektedir (Farrell vd., 2011; Pope ve Williams, 2011). Danimarka'da yapılan araştırma, erkek futbol takımlarının kadın taraftarlarının sporda cinsiyet performansını artırmak için çeşitli stratejiler kullandıklarını vurgulamaktadır (Lenneis ve Pfister, 2015). Bu karşıt güçlere rağmen akademisyenler, birçok Avrupa ülkesinde spor seyircisinin giderek daha fazla kadınlaştığını düşünmektedir (Mintert ve Pfister, 2015; Pope, 2011; Pope ve Williams, 2011) ve Meier ve arkadaşlarının (2015)

Almanya'da yaptığı araştırmaya göre bu durum toplumdaki değişen cinsiyet rolleriyle ilişkilendirmektedir.

Yukarda da tartıştığımız gibi, spora olan derin bağlılığın geleneksel olarak neredeyse sadece *erkek* kimliklerinin inşası için önemli olduğunun savunulduğunu gördük. Ancak sporun aynı zamanda pek çok kadının hayatının ve kimlik ilgilerinin merkezinde yer almaktadır. Bu bağlamda öncelikle kadınların maçlara gitmelerinin daha zor olma nedenlerine ilişkin katılımcı görüşlerine bakılmış ve her iki taraftar grubunun da kadınların maçlara gitmelerini zorlaştıran önemli bir etken olarak aile sorumluluklarını öne sürdükleri belirlenmiştir. Araştırmalar, spor etkinliklerine katılımda önemli bir cinsiyet farkı olduğunu ve erkeklerin kadınlardan daha sık katıldığını göstermektedir. Bu farklılık toplumsal normlardan ve toplumsal cinsiyet eşitliğinden etkilenmekte ve spor etkinliklerini kadınlar için daha az cazip hale getirebilmektedir (Lagaert ve Roose, 2018).

Önceki bölümde belirttiğimiz gibi spor taraftarlarının kimlik oluşumundaki önemi çok yönlüdür (bkz. bölüm 4.4). Spor taraftarlığı, bireylerin sosyal kimlik oluşturmaya katkıda bulunur ve ortak bir kimlik hissi yaratır. Taraftarlar, takımlarıyla kimliklerini şekillendirebilecek güçlü duygusal bağlar geliştirir ve aynı takımı destekleyen aile ve arkadaşlarla paylaşılan ilişkiler de taraftarlık kimliklerini güçlendirir. Dolayısıyla spor taraftarlığı toplumsal kimliğin oluşmasında, duygusal doyumun sağlanmasında ve davranışların yönlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Spor taraftarlarıyla özdeşleşmenin boyutu ve biçimleri kimlik, yaş, ırk, milliyet, cinsellik ve cinsiyet gibi sosyal demografik göstergelere bağlı olarak değişmektedir (Heere ve James, 2007; Ridinger ve Funk, 2006; Toffoletti, 2017; Wann ve James, 2019). Örneğin, spor taraftarlığı ve erkek kimliği üzerine yapılan çalışmalar, erkeklerin taraftar kimliklerinin nasıl şekillendirildiğini ve sürdürüldüğünü ortaya koymaktadır. Araştırmalar spor taraftarlığının genellikle geleneksel erkeklik kavramlarını pekiştirdiğini göstermektedir. Örneğin, çok kültürlü bir ülke olan Endonezya'ya ki taraftarları üzerine yapılan bir çalışma, taraftar kültürünün eril kimlikleri nasıl şekillendirdiğini vurgulamaktadır (Prabasmoro ve Ridwansyah, 2020). Spor taraftarlığıyla cinsiyet kimliği arasında derin bir bağ olduğunu gösteren başka bir araştırma ise erkek ve kadın taraftarların spor bağlantıları ve algıları arasında belirgin farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır (Allison ve Knoester, 2021). Türkiye'de erkeklik genellikle spor taraftarlığı aracılığıyla yeniden üretilmekte ve sürdürülmektedir. Bu bağlamda erkek kimliği, taraftar toplulukları içinde pekiştirilen ve yaşam boyu süren sosyal ve kültürel beklentilere tabi tutulmaktadır (Gedik, 2020). Ayrıca, eril kimliğin sosyal davranışı nasıl etkilediği konusunda yapılan araştırmalar, erkeklikle ilgili toplumsal normların sağlık davranışları ve sosyal

etkileşimleri de dahil olmak üzere yaşamın birçok alanını etkilediğini göstermektedir (De Visser ve Smith, 2006)

Kadınlar için ise taraftar kimliğini oluşturan faktörler farklıdır ve yapıla araştırmalar kadın spor taraftarlarının katılımının cinsiyet kimliklerini şekillendirmede önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Spor taraftarlığı, kadınların erkek egemen bir alanda kimliklerini ifade etme ve geliştirme fırsatı sağlamaktadır (Pelak, 2002). Ayrıca spor taraftarlığı, kadın taraftarlar için güçlü duygusal ve sosyal bağlantılar yaratarak ve bu bağların aidiyet ve kimlik duygularını geliştirdiği ve benlik algılarını olumlu yönde etkilediği görülmektedir (Toffoletti, 2017). Öte yandan kadın taraftarların spora daha fazla maruz kalması, bilgi ve tutkulu taraftarlar olarak kimliklerini güçlendirmektedir (Dietz, 2023). Spor taraftarı topluluğunda kadınlar ve diğer azınlık gruplarının, heteroseksüel erkeklere kıyasla kendilerini güçlü spor taraftarları olarak tanımlama olasılıklarının daha düşük olduğu gözlemlenmektedir (Allison ve Knoester, 2021). Bizim sonuçlarımızda ise kadın taraftar kendilerini güçlü bir taraftar olarak görmekte ve erkeklerden farklı olmadıklarını dile getirmişlerdir. Bu durum kadınların erkek egemen bir alanda müzakere ettikleri sonucuna götürebilir. Allison ve Knoester (2021) yaptıkları çalışmada kadın taraftarların toplumsal cinsiyet kimliklerini müzakere etmek için taraftarlıklarını sıklıkla kullandıklarını ortaya koymuşlardır.

7.2.Sonuç

Nitel araştırma yöntemlerinde fenemolojik desen kullanarak kadın taraftarların deneyimlerini anlamak amacıyla 22 kadın taraftarla yaptığımız görüşmeler sonucunda, kadın taraftarların deneyimlerinde bazı ortak noktalar ve deneyimleri arasında farklar olduğunu tespit ettik. Araştırmamızın bulgularına göre, kadın futbol taraftarları taraftarlığı tutkulu ve vazgeçilmez olarak tanımlarken, basketbol kadın taraftarları iyi vakit geçirdikleri sosyal bir alan olarak tasvir etmektedirler. Bu da futbol tribünlerinin maskülen özelliklere dikkate alındığında futbol kadın taraftarların eril özelliklere daha yatkın olduklarını düşündürmektedir.

Toplumsal cinsiyet algısının toplum içerisinde daha fazla kabul görmesi ve bu konudaki tartışmaların artmasıyla birlikte, kulüplerin bazı önlemler aldığını ve bundan dolayı da kadın taraftarlar statlarda daha rahat ettiklerini ifade ettiler. Basketbol kadın taraftarlarının, futbol kadın taraftarlardan farklı olarak spor geçmişine sahip olmaları nedeniyle mekân hakimiyetine daha fazla sahip oldukları ve sporcu olarak deneyimlerinden dolayı kendilerini statlarda daha rahat hissettiklerini gözlemledik. Dünya genelinde kadın taraftarlığı üzerine yapılan araştırmalar, kadınların statlarda kendilerini rahatsız hissettiklerini gösterse de araştırmamızda bunun daha az olduğunu tespit ettik. Bunun nedenleri arasında statların modernleşmesi, küçük

yaşlardan itibaren kadınların taraftar olarak maçlara katılması ve kadının toplumdaki konumunun değişmesi yer almaktadır.

Her ne kadar modern statların gelişmiş güvenlik önlemleri ve teknolojik altyapıları, kadın taraftarların kendilerini daha güvende hissetmelerine ve maçları rahatça izlediklerine olanak sağlasa da statlara gelen kadın taraftar sayısı arttıkça daha fazla ihtiyaçlarının da doğduğunu tespit ettik. Örneğin, araştırmamızda yer alan kadın basketbol taraftarları statlarda çocuk odasının eksikliğini dile getirdi. Bu durum, statlar daha kadın dostu hale gelmesin rağmen kadın taraftarların gereksinimlerini karşılamakta yetersiz kaldığını ortaya koydu.

Bulgularımız, kültürel değişimlerin kadınlara ve futbola yönelik tutumları dönüştürdüğünü ve kadın taraftarların Türkiye toplumunda kabul gören bir konuma geldiğini göstermektedir. Ancak, her yerde olduğu gibi, Türkiye’de de futbol dünyasının erkek egemen bir alan olarak kaldığı ve kadın taraftarların erkek paydaşları tarafından daha aşağı görüldüğü varsayılmaktadır. Cinsiyet, gerçek bir taraftar olarak kabul edilmek için güçlü bir belirleyici olmasa da kadın taraftarların varlığını göstermek için futbol bilgisi edinmek gibi belirli kuraları uygulamak zorunda kalmaktadır. Ayrıca, cinsiyet zaman zaman erkekler için üstünlük veya aşağılık sınırlarını korumak için bir araç olarak kullanılmaktadır. Kadınlar, futboldaki yeteneklerini kanıtlayarak bu sınırları aşmaya çalışmaktadırlar. Bu çabalar, kadınların uluslararası futbol arenasındaki başarıları, ilgili bilgi edinmeleri, futbol oynayabilmeleri ve takımlarına sadakatleri ile de desteklenmektedir.

Araştırma bulgularımız, kadınların artan gelir düzeyleri ve çalışma hayatına katılımlarının futbol kulüplerine maddi destek sağlamada önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Kadınların ekonomik bağımsızlıklarını elde etmeleri, onların spor kulüplerine yönelik finansal katkılarını artırmış ve bu da kulüplerin gelir kaynaklarını çeşitlendirmiştir. Kadın taraftarlar, bilet satın alımından lisanslı ürünler dahil geniş bir yelpazede harcamalar yaparak kulüplerin finansal yapısına katkıda bulunmaktadırlar. Ayrıca, kadınların iş hayatında kazandıkları deneyim ve beceriler, onların kulüplerdeki yönetsel ve organizasyonel rollerde etkin bir şekilde yer almalarını sağlamaktadır. Her ne kadar Türkiye’deki kulüplerde pozisyonları oldukça olsa da bu durum, kulüplerin yönetim yapısında çeşitlilik yaratmakta ve kulüplerin sürdürülebilirliğini desteklemektedir. Kadınların bu şekilde spor ekonomisine entegre olmaları, toplumsal cinsiyet eşitliğine katkı sağlamakta ve spor dünyasında kadınların kabul edilebilirliklerini artırmaktadır.

Araştırma bulgularımıza göre, futbolun hala eril bir alan olma özelliğini koruduğunu tespit ettik. Ancak, yaygın olan bu inanişâ rağmen, kadın taraftarlar futbol taraftarlığının cinsiyetsiz bir

olgusu olduğunu da vurgulamaktadır. Bu sonuçlar, futbol taraftarlığı alanının erkek egemen bir yapı olmasına karşın, kadınların bu alanda kendi varlıklarını görünür kılma ve kabul görme çabalarında önemli ilerlemeler kaydettiğini göstermektedir. Kadın taraftarlar, futbol bilgileri ve takımlarına olan bağlılıkları ile bu alandaki varlıklarını kanıtlamakta ve taraftarlığın sadece erkeklere ait bir alan olmadığını ortaya koymaktadırlar. Dolayısıyla, kadınların futbol taraftarlığı alanındaki artan varlığı, cinsiyet eşitliğine yönelik toplumsal algılarda olumlu değişikliklere katkı sağlamaktadır

Özetlemek gerekirse, araştırma kadın taraftarların spor alanındaki deneyimlerinin, toplumsal cinsiyet normları ve kuralları tarafından şekillendiğini ve bu normlar ve kuralların geniş bir yelpazede değişebildiğini ve bireyler arasında farklılık gösterebildiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, kadınların taraftarlık kimliklerinin oluşturulması ve ifade edilmesinde cinsiyetin önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

7.1. Öneriler

Sporun tüm alanlarında kadın temsiliinin oldukça düşük kaldığı yadsınamaz bir gerçektir. Spor sektöründe toplumsal cinsiyet eşitliğini geliştirmeyi amaçlayan çeşitli çaba ve girişimlere rağmen hem kadınların katılım oranlarında hem de medyada görünürlüğünde ortaya çıkan eşitsizlikler devam etmektedir. Temsildeki bu eksiklik sadece sporun kapsayıcılığını zayıflatmakla kalmıyor, aynı zamanda toplumsal cinsiyet klişelerini ve önyargılarını da sürdürüyor. Bu nedenle kadınların sporun her alanında eşit fırsatlar elde etmesini ve tanınmasını sağlamak için taraftarlık alanının farklı perspektiflerde ele alan çalışmalar yapılabilir. Örneğin, kadın ve erkek taraftarlar üzerinde karşılaştırmalı çalışmalar veya erkek taraftarların kadın taraftarlar hakkında ne düşündükleri sorularak spor kulüplerinin geri bildirim yapılabilir.

Sporun yaygınlaştırılmasının sağlanması öncelikli olarak federasyonların sorumluluğunda olduğundan, bu noktada federasyonların toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda kılavuzlar geliştirmesi ve bu kılavuzların sporun tüm branşlarında uygulanmasını sağlaması gerekmektedir. Bu politikalar, kadın ve erkek sporcuların eşit fırsatlara sahip olmasını garanti altına alabilir. Örneğin, yönetim kurullarında ve lider pozisyonlarda kadınların daha fazla temsil edilmesini teşvik edebilir, toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda farkındalığı artırmak için federasyonlar eğitim programları ve çalıştaylar düzenleyebilir, spor etkinliklerinde eşit sayıda kadın ve erkek sporcu katılımını sağlamak, madalya müsabakalarında cinsiyet eşitliğini teşvik edebilir.

Toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak için spor kulüpleri de çeşitli stratejiler ve uygulamalar geliştirmelidir. Örneğin, kadın ve erkek sporculara eşit fırsatlar sunan politikaları genişleterek,

eşit ödeme, eşit antrenman olanakları ve eşit sponsor desteği gibi alanlarda uygulanabilir. Ayrıca, spor kulüpleri cinsiyet ayrımcılığına karşı sıfır tolerans politikaları benimsemeli ve kadın sporcuların yönetim ve karar alma süreçlerine katılımını teşvik etmelidir. Bu politikaların uygulanması, toplumda cinsiyet eşitliği bilincini artırabilir ve genç kızların spor yapmaya teşvik edilmesine yardımcı olabilir. Bu sayede, sporun gücüyle cinsiyet eşitliği konusunda önemli adımlar atılabilir.

Toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak amacıyla spor tesislerin tasarımı ve yönetimi, kadın ve erkek sporcuların farklı ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde yapılabilir, tesisler herkes için erişilebilir ve güvenli olması sağlanabilir, kadın sporcuların güvenliğini sağlamak için aydınlatma, güvenlik kameraları ve acil durum önlemleri gibi ek güvenlik önlemleri alınabilir.

Son dönemlerde kadın taraftarların sayısındaki artış bir grup araştırmacılar için ilgi çekici hale gelmiştir. Ancak yapılan çalışmaların büyük çoğunluğu Batı toplumlarındaki kadınların deneyimlerine odaklanmıştır. Ayrıca bu çalışmaların önemli bir kısmı futbol taraftarlığı etrafında şekillenmiştir ve diğer spor dallarındaki kadın taraftarların deneyimlerini yeterince kapsamamaktadır. Bu boşluğu giderebilmek için çalışmaları sadece Batı toplumlarıyla sınırlı tutmak yerine, Asya, Afrika, Orta Doğu gibi farklı coğrafi ve kültürel bağlamlarda da kadın taraftarların deneyimlerini araştırmak ve futbol dışındaki spor dallarında, örneğin hentbol, voleybol, tenis gibi sporlarda kadın taraftarların deneyimlerini incelenmelidir.

Öte yandan, kadın taraftarları tüketici bazında ele alıp toplumsal cinsiyet perspektifiyle değerlendiren çalışmalar oldukça nadirdir. Bu durum kadın taraftarların spor kültüründe nasıl yer aldıkları ve bu süreçte toplumsal cinsiyet kimliklerinin nasıl şekillendiği konusunda kapsamlı bir anlayış geliştirilmesini zorlaştırmaktadır. Kadın taraftarların spor kültüründeki yerini anlamak için hem nitel hem de nicel araştırma yöntemleri kullanılmalıdır. Anketler, derinlemesine mülakatlar ve etnografik çalışmalar bu konuda zengin veriler sunabilir. Araştırmalarda toplumsal cinsiyet teorileri ve feminist perspektifler kullanılarak, kadın taraftarların deneyimleri daha derinlemesine incelenebilir. Bu yaklaşım, kadınların spor kültüründeki rollerinin ve kimliklerinin nasıl şekillendiğini daha iyi anlamaya yardımcı olabilir.

Diğer bir sorun ise Türkiye'deki kadın taraftarlık çalışmalarının sayıca azlığı ve toplumsal cinsiyet bakış açısıyla ile deneyim değerlendirilmemiş olmasıdır. Mevcut araştırmalar kadın taraftarların deneyimlerini ve toplumsal cinsiyet dinamiklerini yeterince kapsamamaktadır. Bu durum kadın taraftarların spor kültüründeki yerini ve etkilerini tam olarak anlamamızı engellemektedir. Dolayısıyla farklı spor dallarındaki kadın taraftarların deneyimlerini daha

geniş açıdan ele almak ve farklı coğrafı ve kültürel bağlamlarda incelemek, literatürdeki önemli bir boşluğu dolduracaktır.



8. KAYNAKLAR

- Acker, J. (2004). Hierarchies, jobs, bodies: A theory of gendered organizations. In M.S. Kimmel with A. Aronson (Eds.), *The gendered society reader* (pp. 264–277). Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1177/089124390004002002>
- Ahmadi, F., Boroumand, M. R., & Ramezaninejad, R. (2020). An investigation of factors influencing women spectators' presence in football stadiums. *Sport Physiology & Management Investigations*, 12(1), 121-135.
- Afandi, M. D. (2018). The Shift in Gender Roles in Amy Tan's The Joy Luck Club and Khaled Hosseini's The Kite Runner. *Lensa: Kajian Kebahasaan, Kesusastraan, dan Budaya*, 8(1), 1-21. <http://repository.unusa.ac.id/id/eprint/6268>
- Aitchison, C. C. (2005). Feminist and gender research in sport and leisure management: Understanding the social-cultural nexus of gender-power relations. *Journal of Sport Management*, 19(4), 422-441. <https://doi.org/10.1123/jsm.19.4.422>
- Akbaş, E. (2012). *Türkiyede sosyal medyada futbol taraftarlarının erkeklik söylemleri* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü). <https://acikbilim.yok.gov.tr/handle/20.500.12812/444249>
- Akkoç, M., & Hanifi, Ü. (2022). Kadınların Taraftarlık Düzeyi ve Spor Seyretme Güdülleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 267-280. <https://doi.org/10.25307/jssr.1109877>
- Albertson, E., & Markovits, A. S. (2012). Sportista: female fandom in the United States. *Temple University Press*. <https://doi.org/10.1093/qje/qjt005>
- Alsarve D. (2021). The need for a violence prevention programme in ice hockey: a case study on how hegemonic masculinity supports and challenges violent behaviour in Swedish ice hockey. *European Sport Management Quarterly*. <https://doi.org/10.1080/16184742.2020.1737956>
- Altınok, B., Ekinci, N. E., Çimen, K., Özdilek, Ç., et al. (2017). Lise Öğrencilerinin Taraftarı Oldukları Takım İle Özdeşleşme Düzeylerinin İncelenmesi. *Spor Eğitim Dergisi*, 1(1), 59-68.

- Allain, K. A. (2008). 'Real fast and tough': The construction of Canadian hockey masculinity. *Sociology of Sport Journal*, 25(4), 462–481. <https://doi.org/10.1123/ssj.25.4.462>
- Alley, T. R., & Hicks, C. M. (2005). Peer attitudes towards adolescent participants in male-and female-oriented sports. *Adolescence-San Diego-*, 40(158), 273.
- Allison, R., & Knoester, C. (2021). Gender, sexual, and sports fan identities. *Sociology of Sport Journal*, 38(3), 310-321. <https://doi.org/10.1123/ssj.2020-0036>
- Anderson, E., & Kian, E. M. (2012). Examining media contestation of masculinity and head trauma in the National Football League. *Men and masculinities*, 15(2), 152-173. <https://doi.org/10.1177/1097184X11430127>
- Angelini, J. R. (2008). Television Sports and Athlete Sex: Looking At the Differences in Watching Male and Female Athletes. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(1), 16–32. <https://doi.org/10.1080/10934520701820752>
- Antonowicz, D., Jakubowska, H., & Kossakowski, R. (2020). Marginalised, patronised and instrumentalised: Polish female fans in the ultras' narratives. *International Review for the Sociology of Sport*, 55(1), 60-76. <https://doi.org/10.1177/1012690218782828>
- Antony, L. (1998). 'Human nature'and its role in feminist theory. *Philosophy in a feminist voice: Critiques and reconstructions*, 63-91. <https://doi.org/10.1515/9781400822324.63>
- Apaydin, F., Giray, C., & Amanvermez, İ. (2016). Futbol kulüpleri için hedef kitle olan kadınların stadyumlarda maç izleme tutumlarını incelemeye yönelik ampirik bir araştırma. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(12), 92-104. <https://doi.org/10.25307/jssr.1109877>
- Apostolou, M. (2015). The athlete and the spectator inside the man: A cross-cultural investigation of the evolutionary origins of athletic behavior. *Cross-Cultural Research*, 49(2), 151-173. <https://doi.org/10.1177/1069397114536516>
- Ardener, S. (2020). Defining females: The nature of women in society. *Routledge*.

- Armstrong, G. (1998). Football hooligans: knowing the score (pp. xiii+-361). <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/full/10.5555/19981807350>
- Arnett, D. B., German, S. D., & Hunt, S. D. (2003). The identity salience model of relationship marketing success: The case of nonprofit marketing. *Journal of marketing*, 67(2), 89-105. <https://doi.org/10.1509/jmkg.67.2.89.18614>
- Arslan, B., & Koca, C. (2006). Kadın Sporcuların Yer Aldığı Günlük Gazete Haberlerinin Sunum Biçimine Dair Bir İnceleme. *Spor Bilimleri Dergisi*, 17(1), 1-10. <https://dergipark.org.tr/en/pub/sbd/issue/16400/171452>
- Ashmore, R. D., Deaux, K., & McLaughlin-Volpe, T. (2004). An organizing framework for collective identity: articulation and significance of multidimensionality. *Psychological bulletin*, 130(1), 80. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.130.1.80>
- Bagilhole, B. (2002). Women in non-traditional occupations: Challenging men. *Springer*.
- Baker, W. J. (1988). *Sports in the western world*. University of Illinois Press.
- Baker, K., & Raney, A. A. (2007). Equally super? Gender-role stereotyping of superheroes in children's animated programs. *Mass Communication & Society*, 10(1), 25-41. <https://doi.org/10.1080/15205430709337003>
- Balcı S. & Ahi B. (2017). Nitel Araştırmalarda Etik: İhtilaflı Konular ve Bağla. Anı Yayıncılık.
- Baştuğ, G., Günel, I., & Bingöl, E. (2018). Attitudes of sports employees related to gender roles. *European Journal of Physical Education and Sport Science*.
- Becci, I., & Grandjean, A. (2018). Tracing the absence of a feminist agenda in gendered spiritual ecology: ethnographies in French-speaking Switzerland. *Antropologia*, 5(1 NS), 23-38. <https://doi.org/10.14672/ada2018138523-38>
- Bem, S. L. (1983). Gender schema theory and its implications for child development: Raising gender-aschematic children in a gender-schematic society. *Signs: Journal of women in culture and society*, 8(4), 598-616. <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/493998>

- Bennett, A. (2006). Punk's not dead: The continuing significance of punk rock for an older generation of fans. *Sociology*, 40(2), 219-235. <https://doi.org/10.1177/0038038506062030>
- Bengtson, V. L., & Black, K. D. (1973). Intergenerational relations and continuities in socialization. In *Life-span developmental psychology* (pp. 207-234). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-077150-9.50015-0>
- Ben Porat A. (2009). "Not Just for Men: Israeli Women Who Fancy Football." *Soccer & Society*. s: 883-896. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315876047-12/men-israeli-women-fancy-football-amir-ben-porat>
- Best, D. L., & Williams, J. E. (2001). Gender and culture. *The handbook of culture and psychology*, 195-219.
- Biscaia, R., Correia, A., Yoshida, M., Rosado, A., & Marôco, J. (2013). The role of service quality and ticket pricing on satisfaction and behavioural intention within professional football. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 14(4), 42-66. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-14-04-2013-B004>
- Bizman, A., & Yinon, Y. (2002). Engaging in distancing tactics among sport fans: Effects on self-esteem and emotional responses. *The Journal of social psychology*, 142(3), 381-392. <https://doi.org/10.1080/00224540209603906>
- Butler, J. (1989). Foucault and the paradox of bodily inscriptions. <https://www.jstor.org/stable/2027036>
- Butler, J. (1999). *Gender trouble*, London: Routledge, 2nd edition.
- Butler, J. (1993). *Bodies that Matter*. London: Routledge.
- Buyrukoğlu, E. (2023). Spor Medyasında Kadının Rolü ve Camtavan Sendromu. *Beden Eğitimi ve Spor Araştırmaları 2023-I*, 41.
- Brannon, L. (2002). Gender, psychological perspectives. In *Women's Studies International Forum* (Vol. 25, No. 6, pp. 702-703). Elsevier Science Publishing Company, Inc.

- Bourdieu P, Wacquant L.J.D. (2023). Dönüşümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar (CEV. Nazlı Ötken). *İstanbul. İletişim Yayıncılık*.
- Boyle, R., & Haynes, R. (2004). *Football in the new media age*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203600467>
- Braun V, Clarke V. (2019). Reflecting On Reflexive Thematic Analysis. *Qualitative Research İn Sport, Exercise And Health*,11.4: 589-597.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Brown, N., Billings, A. C., & Ruihley, B. (2012). Exploring the change in motivations for fantasy sport participation during the life cycle of a sports fan. *Communication Research Reports*, 29(4), 333-342. <https://doi.org/10.1080/08824096.2012.723646>
- Bruce, T. (2002). Supportive or hostile? Teasing or professional? Women sportswriters categorize locker room interaction. *Women in Sport and Physical Activity Journal*, 11(2), 49-76. <https://doi.org/10.1123/wspaj.11.2.49>
- Bryman, A. (2016). *Social research methods*. Oxford university press.
- Bryson, L. (1987). Sport and the maintenance of masculine hegemony. *In Women's studies international forum* (Vol. 10, No. 4, pp. 349-360). Pergamon.
- Burgess, R. G. (2003). The unstructured interview as a conversation. In *Field research* (pp. 177-182). Routledge.
- Camic, P. M. (2021). *Qualitative research in psychology: Expanding perspectives in methodology and design* (pp. xiii-323). American Psychological Association.
- Carlson, M. (2008). I'd rather go along and be considered a man: Masculinity and bystander intervention. *The Journal of Men's Studies*, 16(1), 3–17. <https://doi.org/10.3149/jms.1601.3>
- Cecamore, S., Fraesdorf, K., Langer, R., & Power, Á. Sports Fandom: 'What do Women Want?'

- Cere, R. (2002). 'Witches of Our Age': Women Ultras, Italian Fotball and the Media. *Sport in Society*, 5(3), 166-188. <https://doi.org/10.1080/911094210>
- Chafetz, J. S., & Dufur, M. J. (2006). Gender and Sport. *Handbook of the Sociology of Gender*, 583-599.
- Chalabaev, A., Sarrazin, P., Stone, J., & Cury, F. (2008). Journal of Sport and Exercise Psychology (2008). *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 30, 143-158.
- Chaperon, S. (2022). Outcry over The Second Sex. *Simone de Beauvoir Studies*, 32(1), 19-34.
- Chiweshe, M. (2014). One of the boys: Female fans' responses to the masculine and phallogocentric nature of football stadiums in Zimbabwe. *Critical African Studies*, 6(2-3), 211-222. <https://doi.org/10.1080/21681392.2014.940077>
- Clarke, G. (1997). Working paper: Content analysis: Applications and limitations. *Leicester: De Montfort University*.
- Clark, J. S., Apostolopoulou, A., & Gladden, J. M. (2009). Real women watch football: Gender differences in the consumption of the NFL Super Bowl broadcast. *Journal of promotion Management*, 15(1-2), 165-183. <https://doi.org/10.1080/10496490902837510>
- Clarke, A., & Clarke, J. (2014). 'Highlights and action replays'—ideology, sport and the media. In *Sport, Culture and Ideology (RLE Sports Studies)* (pp. 62-87). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315779908-3/highlights-action-replays-ideology-sport-media-alan-clark-john-clark>
- Clarke, E., Geurin, A. N., & Burch, L. M. (2024). Team identification, motives, and behaviour: a comparative analysis of fans of men's and women's sport. *Managing Sport and Leisure*, 29(3), 445-468. <https://doi.org/10.1080/23750472.2022.2049455>
- Coakley, J. (1993). Sport and socialization. *Exercise and sport sciences reviews*, 21(1), 169-200.
- Coddington, A. (1997). *One of the lads: women who follow football*. HarperCollins Publishers.
- Collis, J., & Hussey, R. (2003). Business research (Vol. 142). *Basingstoke: Palgrave macmillan*. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=3a1b5f908020583dfe980817eeacbf15a653bb00>

- Collins, L. H. (2006). Illustrating feminist theory: Power and psychopathology. *Psychology of Women Quarterly*, 22(1), 97-111. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1998.tb00144.x>
- Cramer, J. A. (1994). Conversations with women sports journalists. *Women, media and sport: challenging gender values.*, 159-180.
- Crawford, G. (2001). Characteristics of a British ice hockey audience: Major findings of the 1998 and 1999 Manchester Storm ice hockey club supporter surveys. *International Review for the Sociology of Sport*, 36(1), 71-81. <https://doi.org/10.1177/101269001036001007>
- Crawford, G. (2003). The career of the sport supporter: The case of the Manchester Storm. *Sociology*, 37(2), 219-237. <https://doi.org/10.1177/0038038503037002001>
- Crawford G, Gosling K. (2004). "The Myth Of The 'Puck Bunny' Female Fans And Men's Ice Hockey." *Sociology* 38.3. 477-493. <https://doi.org/10.1177/0038038504043214>
- Creswell, J. W. (2015). Nitel araştırma yöntemleri (M. Bütün, & SB Demir, Çev. Ed.). *Ankara: Siyasal Kitabevi*.
- Cremer, D. J. (2021). Patriarchy, Religion, and Society. *Exploring Gender at Work: Multiple Perspectives*, 25-44.
- Crisp, R. J., Heuston, S., Farr, M. J., & Turner, R. N. (2007). Seeing red or feeling blue: Differentiated intergroup emotions and ingroup identification in soccer fans. *Group processes & intergroup relations*, 10(1), 9-26. <https://doi.org/10.1177/1368430207071337>
- Coffey, A., & Atkinson, P. (1996). *Making sense of qualitative data: Complementary research strategies*. Sage Publications, Inc.
- Comaroff, J. (1991). Humanity, ethnicity, nationality: Conceptual and comparative perspectives on the USSR. *Theory and Society*, 661-687. <https://www.jstor.org/stable/657782>
- Connell RW (1995) Masculinities. Cambridge: Polity Press.
- Connell Robert W, Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic Masculinity: Rethinking The Concept. *Gender & Society*, 829-859. <https://doi.org/10.1177/0891243205278639>

- Connell, R. W., Ashenden, D. J., Kessler, S. J & Dowsett, G. W. (1982). Ockers and disco-maniacs. *Sydney, Australia: Inner City Education Center*.
- Connell, R.W. (1987). Gender and power: Society, the person and sexual politics. *Stanford, CA: Stanford University Press*.
- Cornwell, T. B., & Coote, L. V. (2005). Corporate sponsorship of a cause: The role of identification in purchase intent. *Journal of business research*, 58(3), 268-276. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(03\)00135-8](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(03)00135-8)
- Courneya, K. S., & Carron, A. V. (1992). The home advantage in sport competitions: a literature review. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 14(1).
- Curthoys, A. (2005). Feminism, citizenship and national identity. In *Feminist Review* (pp. 20-40). Routledge.
- Çelik M. Akçi Y. (2016). Futbol Taraftarlığı ve Kurumsal Aidiyet İlişkisi İncelemesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (Elektronik)*,15.58: 948-959.
- Çemrek, F. (2015). Bayan taraftarların stadyumlarda futbol maçı seyretmemelerine neden olan etmenlerin araştırılması. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(10), 317-334.
- Davis, N. W., & Duncan, M. C. (2006). Sports knowledge is power: Reinforcing masculine privilege through fantasy sport league participation. *Journal of Sport and Social Issues*, 30(3), 244-264. <https://doi.org/10.1177/0193723506290324>
- De Visser, R., & Smith, J. A. (2006). Mister in-between: A case study of masculine identity and health-related behaviour. *Journal of health psychology*, 11(5), 685-695. <https://doi.org/10.1177/1359105306066624>
- Deaner, R. O., Balish, S. M., & Lombardo, M. P. (2016). Sex differences in sports interest and motivation: An evolutionary perspective. *Evolutionary Behavioral Sciences*, 10(2), 73. <https://doi.org/10.1037/ebs0000049>
- Deaux, K., Winton, W., Crowley, M., & Lewis, L. L. (1985). Level of categorization and content of gender stereotypes. *Social Cognition*, 3(2), 145-167. <https://doi.org/10.1521/soco.1985.3.2.145>

- Deci, E. L., & Deci, E. L. (1975). The intrinsic motivation of behavior. *Intrinsic motivation*, 93-125. https://doi.org/10.1007/978-1-4613-4446-9_4
- Delia, E. B. (2015). The exclusiveness of group identity in celebrations of team success. *Sport Management Review*, 18(3), 396-406. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2014.10.006>
- Delia, E. B., & James, J. D. (2018). The meaning of team in team identification. *Sport Management Review*, 21(4), 416-429. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.09.002>
- Delia, E. B. (2014). Subconscious (un) attachment to a sponsor: An irrational effect of facility naming rights. *Journal of Sport Management*, 28(5), 551-564. <https://doi.org/10.1123/jsm.2013-0167>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2008). Introduction: The discipline and practice of qualitative research.
- Denzin, N. K. (2008). *Strategies of qualitative inquiry* (Vol. 2). Sage.
- Denzin, N. K. (2017). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315134543>
- Demirel M, Karahan Güven B, Ünlü H (2007). Farklı üniversitelerdeki spor taraftarlarının takımları ile özdeşleşme düzeyleri. *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1(2), 76 - 86.
- Demir, Y., & Öztürk, M. (2023). Hegemonik erkeklik ve medya: Bibliyometrik bir analiz. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (10), 49-67. <https://doi.org/10.56676/kiad.1261808>
- Dever, A. (2013). Futbol taraftarlarının yeni mabedi: Disneystat'ların doğuşu. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(5).
- Dicarlo, D. (2016). Playing like a girl? The negotiation of gender and sexual identity among female ice hockey athletes on male teams. *Sport in Society*, 19(8-9), 1363–1373. <https://doi.org/10.1080/17430437.2015.1096260>
- Dietz-Uhler, B., Harrick, E. A., End, C., & Jacquemotte, L. (2000). Sex differences in sport fan behavior and reasons for being a sport fan. *Journal of Sport Behavior*, 23(3), 219.

- Dietz, B. (2023). Increased Exposure to Women in Sport Increases Familiarity and Liking. *Sport Journal*. <https://thesportjournal.org/article/increased-exposure-to-women-in-sport-increases-familiarity-and-liking/?quot%3B%3BUnited>
- Dionisio, P., Leal, C., & Moutinho, L. (2008). Fandom affiliation and tribal behaviour: a sports marketing application. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 11(1), 17-39. <https://doi.org/10.1108/13522750810845531>
- Dixon, K. (2013). Learning the game: Football fandom culture and the origins of practice. *International Review for the Sociology of Sport*, 48(3), 334-348.
- Dixon, K. (2015). A woman's place recurring: structuration, football fandom and sub-cultural subservience. *Sport in Society*, 18(6), 636-651. <https://doi.org/10.1080/17430437.2014.982541>
- Donaldson M. (1993). What Is Hegemonic Masculinity? *Theory And Society*, s:643-657. <https://www.jstor.org/stable/657988>
- Donaldson, M. (1997). Researching ruling-class men: Biography, autobiography, life-history.
- Dökmen, Z. Y. (2012). Toplumsal cinsiyet: Sosyal psikolojik açımları, s:20, *İstanbul: Remzi Kitapevi*.
- Duncan, L. E., Peterson, B. E., & Winter, D. G. (1997). Authoritarianism and gender roles: Toward a psychological analysis of hegemonic relationships. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23(1), 41-49. <https://doi.org/10.1177/0146167297231005>
- Dunn, C. (2014). Female football fans: Community, identity and sexism. *Springer*.
- Dunning, E., Murphy, P., & Williams, J. (1998). Sıkı futbol fanatikleri (holiganları) neden döğüşürler: Toplumsal bir tanıdan bölümler-I. *Futbol: Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 5(4), 29-32.
- Dworkin, S. L. (2001). "Holding back": negotiating a glass ceiling on women's muscular strength. *Sociological perspectives*, 44(3), 333-350. <https://doi.org/10.1525/sop.2001.44.3.333>
- Eagly, A. H., & Wood, W. (2016). Social role theory of sex differences. *The Wiley Blackwell encyclopedia of gender and sexuality studies*, 1-3. <https://doi.org/10.1002/9781118663219.wbegss183>

- Eccles, J. S., Jacobs, J. E., & Harold, R. D. (1990). Gender role stereotypes, expectancy effects, and parents' socialization of gender differences. *Journal of social issues*, 46(2), 183-201. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1990.tb01929.x>
- Eime, R., Charity, M., Foley, B. C., Fowlie, J., & Reece, L. J. (2021). Gender inclusive sporting environments: the proportion of women in non-player roles over recent years. *BMC Sports Science, Medicine and Rehabilitation*, 13(1), 58. <https://link.springer.com/article/10.1186/s13102-021-00290-4>
- Erdal, Ç., & Oğuz, G. Y. (2010). *Türkiye'de Ulusal Kanallarda Yayınlanan Prime-Time Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Ailenin Sunumu* (Master's thesis, Anadolu University, Turkey).
- Erhart, I. (2013). Ladies of Besiktas: A dismantling of male hegemony at İnönü Stadium. *International Review for the Sociology of Sport*, 48(1), 83-98. <https://doi.org/10.1177/1012690211427986>
- Erhart, I. (2016). Kadınlar ofsayttan anlar mı? *Tarihi karar, kadın taraftarlar ve etiketler*. C. Koca (Ed.) *Sporun Toplumsal Cinsiyet Halleri içinde (184-200)*. Ankara: Spor Yayınevi.
- Erol, A. (2021). Toplumsal Cinsiyet Kavramı Bağlamında Feminist Yaklaşımların Bir Analizi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (53), 31-54.
- English, C. (2017). Toward sport reform: Hegemonic masculinity and reconceptualizing competition. *Journal of the Philosophy of Sport*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/00948705.2017.1300538>
- Esmonde, K., Cooky, C., & Andrews, D. L. (2015). "It's supposed to be about the love of the game, not the love of Aaron Rodgers' eyes": Challenging the exclusions of women sports fans. *Sociology of Sport Journal*, 32(1), 22-48.
- Eskandari, Z. T. (2022). 'We support football in our heart': female football fandom in Iran. *Soccer & Society*, 23(3), 258-270. <https://doi.org/10.1080/14660970.2022.2037208>
- Farrell, A., Fink, J. S., & Fields, S. (2011). Women's sport spectatorship: An exploration of men's influence. *Journal of Sport Management*, 25(3), 190-201. <https://doi.org/10.1123/jsm.25.3.190>
- Fink, J. S., Trail, G. T., & Anderson, D. F. (2002). An examination of team identification: Which motives are most salient to its existence? *International Sports Journal*, 6(2), 195.

- Fink, J. S. (2016). Hiding in plain sight: The embedded nature of sexism in sport. *Journal of Sport Management*, 30(1), 1-7. <https://doi.org/10.1123/jsm.2015-0278>
- Freedman, J.J., Sears, D.O., Carlsmith, J.M. Cinsiyet rolleri. Çev. Ali Dönmez. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*. 22(2). 1989. 687-724.
- Free M, Hughson J. (2003). Settling Accounts With Hooligans: Gender Blindness İn Football Supporter Subculture Research. *Men And Masculinities*, 6, 136-155. <https://doi.org/10.1177/1097184X03255849>
- Forman, J., & Damschroder, L. (2007). Qualitative content analysis. In *Empirical methods for bioethics: A primer* (pp. 39-62). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1016/S1479-3709\(07\)11003-7](https://doi.org/10.1016/S1479-3709(07)11003-7)
- Fox, J. (2012). *The ball: Discovering the object of the game*. Harper Collins.
- French, H., & Rothery, M. (2011). Hegemonic masculinities? Assessing change and processes of change in elite masculinity, 1700–1900. In *What is Masculinity? Historical Dynamics from Antiquity to the Contemporary World* (pp. 139-166). London: Palgrave Macmillan UK. https://link.springer.com/chapter/10.1057/9780230307254_8
- Funk, D. C., Mahony, D. F., & Ridinger, L. L. (2002). Characterizing consumer motivation as individual difference factors: Augmenting the sports interest inventory (SII) to explain level of spectator support. *Sport Marketing Quarterly*, 11(1).
- Gawlicz, K. (2009). Preschools play with power: Constructing the child, the teacher and the preschool in two Polish childcare institutions. <https://rucforsk.ruc.dk/ws/portalfiles/portal/57417552/K.Gawlicz.RUC.PhD.pdf>
- Geddes P., & Thompson J.A. (1889). *The Evolution of Sex*, London: Walter Scott. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.88065>
- Gedik, E. (2020). An Enquiry on the Masculinity of Beşiktaş Çarşı as a Supporter Group. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 21(46), 70-85.
- Genner, S., & Süss, D. (2017). Socialization as media effect. *The international encyclopedia of media effects*, 1, 15. https://sarah.genner.cc/uploads/5/1/4/1/51412037/socialization_as_media_effect.pdf

- Geffroy, B. (2022). Energy as the cornerstone of environmentally driven sex allocation. *Trends in Endocrinology & Metabolism*, 33(10), 670-679. DOI:<https://doi.org/10.1016/j.tem.2022.07.002>
- Gelman, S. A., Taylor, M. G., Nguyen, S. P., Leaper, C., & Bigler, R. S. (2004). Mother-child conversations about gender: Understanding the acquisition of essentialist beliefs. *Monographs of the society for research in child development*, i-142. <https://www.jstor.org/stable/3701396>
- Gencer, R. T. (2015). Spectator motives and points of attachment: Gender differences in professional football. *The Anthropologist*, 19(1), 77-85. <https://doi.org/10.1080/09720073.2015.11891641>
- Genner, S., & Süss, D. (2017). Socialization as media effect. *The international encyclopedia of media effects*, 1, 15. https://sarah.genner.cc/uploads/5/1/4/1/51412037/socialization_as_media_effect.pdf
- Gerding, A., & Signorielli, N. (2014). Gender roles in tween television programming: A content analysis of two genres. *Sex Roles*, 70, 43-56. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-013-0330-z>
- Gheyle, N., & Jacobs, T. (2017). Content Analysis: a short overview. *Internal research note*, 10.
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji: Kısa Fakat Eleştirel Bir Giriş*, çeviren: Ülgen Yıldız Battal, Ankara: Siyasal Kitabevi, 4.
- Gilenstam, K., Karp, S., & Henriksson-Larsén, K. (2008). Gender in ice hockey: women in a male territory. *Scandinavian journal of medicine & science in sports*, 18(2), 235-249. <https://doi.org/10.1111/j.1600-0838.2007.00665.x>
- Giuliano, T. A., Turner, K. L., Lundquist, J. C., & Knight, J. L. (2007). Gender and the selection of public athletic role models. *Journal of sport behavior*, 30(2).
- Goethals, G. R., & Allison, S. T. (2012). Making heroes: The construction of courage, competence, and virtue. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 46, pp. 183-235). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-394281-4.00004-0>
- Gosling, V. K. (2007). 18 Girls Allowed? The Marginalization of Female Sport Fans. In *Fandom* (pp. 250-260). New York University Press.

- Grindstaff, L., & West, E. (2011). Hegemonic masculinity on the sidelines of sport. *Sociology Compass*, 5(10), 859-881.
- Grix, J., & Maguire, J. (2014). Political science and sport. *Social sciences in sport*, 191-218.
- Grossberg, L. (2002). Is there a fan in the house?: The affective sensibility of fandom. In *The adoring audience* (pp. 50-65). Routledge.
- Grosz, E. (1994). *Volatile Bodies: Toward a Corporeal Feminism* Bloomington: Indiana Univ.
- Ging, D. (2019). Alphas, betas, and incels: Theorizing the masculinities of the manosphere. *Men and masculinities*, 22(4), 638-657. <https://doi.org/10.1177/1097184X17706401>
- Giulianotti, R., & Armstrong, G. (1997). Entering the Field. *New perspectives on World Football*, 138.
- Giulianotti R. (2002). Supporters, Followers, Fans, And Flaneurs: A Taxonomy Of Spectator Identities In Football. *Journal Of Sport And Social Issues*, s:25-46.
- Glaser B, Strauss Al. *Discovery of Groundedtheory: Strategies for, Qualitative Research*, Aldine, Chicago, 1967.
- Guttmann, A. (1986). *Sports spectators*. *Columbia University Press*. <https://doi.org/10.7312/gutt06400>
- Günay, G., & Bener, Ö. (2011). Kadınların Toplumsal Cinsiyet Rollerı Çerçevesinde Aile İçi Yaşamı Algılama Biçimleri. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 153(153). <https://doi.org/10.20296/tsad.36267>
- Günay, N., & Tiryaki, Ş. (2003). Spor taraftarı özdeşleşme ölçeğinin (stöö) geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Spor Bilimleri Dergisi*, 14(1), 14-26.
- Gürses, N., & Semiz, K. (2021). Trabzonspor–Rizespor Rekabetinin Taraftar Yansımaları. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 23(2), 63-75.
- Üzüm H, Osmanoğlu H., Özen G., Polat E., & Sönmezoğlu, U. (2014). Üniversite öğrencilerinin Spor Müsabakalarını Seyretme Güdülerinin İncelenmesi:(Şırnak İli Örneği). *International Journal of Science Culture and Sport*, 2(Special Issue 1), 241-254.

- Hacısoftaoğlu, İ., & Koca, C. (2011). Struggling For Empowerment: Sport Participation Of Women And Girls In Modern Turkey.
- Halbert, C. (1997). Tough enough and woman enough: Stereotypes, discrimination, and impression management among women professional boxers. *Journal of sport and social issues*, 21(1), 7-36. <https://doi.org/10.1177/019372397021001002>
- Hamilton, D. L., & Sherman, J. W. (2014). Stereotypes. In *Handbook of social cognition* (pp. 17-84). Psychology Press.
- Harding, S. N. (2022). 'Boys, when they do dance, they have to do football as well, for balance': Young men's construction of a sporting masculinity. *International Review for the Sociology of Sport*, 57(1), 19-33. <https://doi.org/10.1177/1012690220987144>
- Hardin, R., Koo, G. Y., Andrew, D., & Pancratz, M. (2008). Marketing Strategies for Summer Collegiate Basketball Camps. *Refereed Papers Is It Just About the Product? The Association Between Exposure to NASCAR and Purchasing Habits of Fans*, 25. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=a2281b3c00506147417c105efd927b2911146663#page=25>
- Hardin, M., & Whiteside, E. E. (2009). The power of "small stories:" Narratives and notions of gender equality in conversations about sport. *Sociology of sport journal*, 26(2), 255-276. <https://doi.org/10.1123/ssj.26.2.255>
- Hargreaves J. (2004). Querying Sport Feminism: Personal or Political? Giulianotti R, Editor. *Sport And Modern Social Theorists*. UK: Palgrave Macmillan, s:187-205.
- Hargreaves, J. (2002). Sporting females: Critical issues in the history and sociology of women's sport. *Routledge*.
- Harris, D. V. (1973). Involvement in sport: A somatopsychic rationale for physical activity. (*No Title*).
- Haslanger, S. (2012). Gender and Race:(What) Are They? (What) Do We Want Them to Be? 1. In *Arguing About Science* (s: 95-116). Routledge.

- Hearn, J. R. (2015). Men of the world: Genders, globalizations, transnational times.
- Hee Kwak, D., & Kang, J. H. (2009). Symbolic purchase in sport: the roles of self-image congruence and perceived quality. *Management decision*, 47(1), 85-99.
<https://doi.org/10.1108/00251740910929713>
- Heere, B., & James, J. D. (2007). Sports teams and their communities: Examining the influence of external group identities on team identity. *Journal of Sport Management*, 21(3), 319-337.
<https://doi.org/10.1123/jsm.21.3.319>
- Heide, W. S. (1978). Feminism for a sporting future. *Women and sport: From myth to reality*, 195-202.
- Henderson, K. A. (1991). *Dimensions of choice: A qualitative approach to recreation, parks, and leisure research* (p. 209).
- Hentges, B., & Case, K. (2013). Gender representations on disney channel, cartoon network, and nickelodeon broadcasts in the United States. *Journal of Children and Media*, 7(3), 319-333.
<https://doi.org/10.1080/17482798.2012.729150>
- Henwood, K., & Pidgeon, N. (1995). Remaking the link: Qualitative research and feminist standpoint theory. *Feminism & psychology*, 5(1), 7-30.
- Hills, M. (2003) *Fan Cultures*, London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203361337>
- Hoeber, L., & Kerwin, S. (2013). Exploring the experiences of female sport fans: A collaborative self-ethnography. *Sport Management Review*, 16(3), 326-336.
- Hogg, M. A., Terry, D. J., & White, K. M. (1995). A tale of two theories: A critical comparison of identity theory with social identity theory. *Social psychology quarterly*, 255-269.
<https://doi.org/10.2307/2787127>
- Hogg, M. A. (2001). A social identity theory of leadership. *Personality and social psychology review*, 5(3), 184-200. https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0503_1

- Hogg, M. A., & Smith, J. R. (2007). Attitudes in social context: A social identity perspective. *European Review of Social Psychology*, 18(1), 89-131. <https://doi.org/10.1080/10463280701592070>
- Holt, R., & Mason, T. (2000). Sport in Britain, 1945-2000. (No Title)
- Howson, R. (2006). *Challenging hegemonic masculinity*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203698921>
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative health research*, 15(9), 1277-1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>
- Hunt, K. A., Bristol, T., & Bashaw, R. E. (1999). A conceptual approach to classifying sports fans. *Journal of services marketing*, 13(6), 439-452.
- Huston, A. C. (1983). Sex typing. In. EM Hetherington (Ed.), PH Mussen (Series Ed.), Handbook of child psychology: Vol. 4. Socialization, personality, and social behavior.
- İnan, T. (2017). Taraftar stadyumdan ne ister. *Ankara: Akademisyen Kitapevi*.
- Ian Borer, M. (2009). Negotiating the symbols of gendered sports fandom. *Social Psychology Quarterly*, 72(1), 1-4. <https://doi.org/10.1177/019027250907200101>
- Izzo, G. M., Munteanu, C., Langford, B. E., Ceobanu, C., Dumitru, I., & Nichifor, F. (2011). Sport fans' motivations: an investigation of Romanian soccer spectators. *Journal of International Business and Cultural Studies*, 5, 1-13.
- Jakubowska, H., Antonowicz, D., & Kossakowski, R. (2020). *Female fans, gender relations and football fandom: Challenging the brotherhood culture*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429347009>
- James, J. D. (2001). The role of cognitive development and socialization in the initial development of team loyalty. *Leisure Sciences*, 23(4), 233-261.
- James J. D. (2002). Women's and Men's Basketball: A Comparison of Sport Consumption Motivations. *Women In Sport and Physical Activity Journal*, 11.2: 141-169.

- Jamshed S. (2014). Qualitative Research Method-Interviewing And Observation. *Journal Of Basic and Clinical Pharmacy*, 5(4): 87.
- Jeanes, R. (2005). Girls, football participation and gender identity. *Sport, active leisure and youth cultures*, 75-96.
- Jenkins, H. (1998). Complete freedom of movement: Video games as gendered play spaces. *From barbie to mortal kombat: Gender and computer games*, 1, 262-296. <https://homepages.hass.rpi.edu/ruiz/EGDSpring2015/readings/HenryJenkinsFreedomofMovementGenderedPlaySpac.pdf>
- Jewkes, R., Morrell, R., Hearn, J., Lundqvist, E., Blackbeard, D., Lindegger, G., ... & Gottzén, L. (2015). Hegemonic masculinity: combining theory and practice in gender interventions. *Culture, health & sexuality*, 17(sup2), 112-127. <https://doi.org/10.1080/13691058.2015.1085094>
- Johar, G. V., Moreau, P., & Schwarz, N. (2003). Gender typed advertisements and impression formation: The role of chronic and temporary accessibility. *Journal of Consumer Psychology*, 13(3), 220-229. https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1303_04
- Jones K. W. (2008). Female Fandom: Identity, Sexism, And Men's Professional Football In England. *Sociology Of Sport Journal*, 25(4), 516–537. <https://doi.org/10.1123/ssj.25.4.516>
- Jones, K., Pope, S., & Toffoletti, K. (2022). Women sports fans. In *Routledge Handbook of Sport Fans and Fandom* (pp. 145-153). Routledge.
- Kane, M. J., & Disch, L. J. (1993). Sexual violence and the reproduction of male power in the locker room: The “Lisa Olson incident”. *Sociology of Sport Journal*, 10(4), 331-352. <https://doi.org/10.1123/ssj.10.4.331>
- Karafil, A. Y., & Kaplan, E. (2023). A Study On The Problems Faced By Women In Sports. *Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 1(2), 11-24.

- Karatopak T. (2019). Spor Yapan Futbol Taraftarlarının Takımlarıyla Özdeşleşme Düzeyleriyle Spor Organizasyonları Tüketimi Arasındaki İlişki (Ordu İli Örneği), Yüksek Lisans Tezi, Ordu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ordu.
- Karataş, Z. (2017). Sosyal bilim araştırmalarında paradigma değişimi: Nitel yaklaşımın yükselişi. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 68-86.
- Kasa, H., & Alptekin, D. D. V. (2015). Türkiye’ De Kadın İşgücünün Büyümeye Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 18(1), 1-24.
- Kasap, F., Dolunay, A., & Solman, A. (2018). Toplumsal Cinsiyet Roller ve Türk Sinemasında Kadının Sunumu Temelinde Mustang Film İncelemesi. *Turkish Online Journal Of Design Art And Communication*, 8(4), 627-646.
- Kayhan, S. (2023). Women with purple violets documentary and the liberating effects of female football fandom. *Soccer & Society*, 24(5), 654-667.
<https://doi.org/10.1080/14660970.2022.2095620>
- Keaton, S. A., Watanabe, N. M., & Gearhart, C. C. (2015). A comparison of college football and NASCAR consumer profiles: Identity formation and spectatorship motivation. *Sport Marketing Quarterly*, 24(1), 43-55.
- Kelner, M. (2018). June, 15. ‘I think it’ll be all right’: England fans begin arriving in Volgograd. *The Guardian*.
- Kerr, G. (2022). Addressing Cultural Norms of Sport: In Gender-Based Violence in Children’s Sport, 105–119. New York, USA: Routledge. DOI:[10.4324/9781003035138-14](https://doi.org/10.4324/9781003035138-14)
- Keskin, F. (2018). Masculinity in gender relations: Hegemonic masculinity and masculine power discourse in Turkey. *Public integrity*, 20(1), 93-106.
<https://doi.org/10.1080/10999922.2017.1281700>
- Kirman, M. A. (2011). Toplumsal Cinsiyet. *İstanbul: Rağbet Yayınları*.
- Kimmel, M. S., & Messner, M. A. (1992). *Men's lives*. Macmillan Publishing Co, Inc.

- Klomsten, A. T., Marsh, H. W., & Skaalvik, E. M. (2005). Adolescents' perceptions of masculine and feminine values in sport and physical education: A study of gender differences. *Sex roles*, 52, 625-636. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-005-3730-x>
- Knoppers, A., & McDonald, M. (2010). Scholarship on gender and sport in Sex Roles and beyond. *Sex roles*, 63, 311-323. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-010-9841-z>
- Koca C, Bulgu N. (2005). Spor ve Toplumsal Cinsiyet: *Genel Bir Bakış*.
- Koca, C., Arslan, B., & Aşçı, F. H. (2011). Attitudes towards women's work roles and women managers in a sports organization: The case of Turkey. *Gender, Work & Organization*, 18(6), 592-612. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2009.00490.x>
- Koivula, N. (1995). Ratings of gender appropriateness of sports participation: Effects of gender-based schematic processing. *Sex roles*, 33(7), 543-557. <https://link.springer.com/article/10.1007/bf01544679>
- Koivula, N. (2001). Perceives Characteristics of Sports Categorized as Gender-Neutral, Feminine and Masculine. *Journal of sport behavior*, 24(4).
- Koo Gi-Yong, Hardin R. (2008). Difference In Interrelationship Between Spectators' Motives and Behavioral Intentions Based On Emotional Attachment. *Sport Marketing Quarterly*.
- Koo, G. Y., Andrew, D. P. S., Hardin, R., & Greenwell, T. C. (2009). Classification of sports consumers on the basis of emotional attachment: A Study of Minor League Ice Hockey Fans and Spectators. *Int J Sport Manag*, 10(3), 307-29.
- Kolbe, R., & James, J. (2000). An identification and examination of influences that shape the creation of a professional team fan. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 2, 23–38.
- Koyuncu Şahin, M., & Çoban, A. (2019). Türkiye'de Eğitim Alanında Toplumsal Cinsiyet Üzerine Yapılmış Çalışmalara Toplu Bir Bakış. *Journal Of International Social Research*, 12(64). <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2019.3381>

- Krane, V. (2001). We can be athletic and feminine, but do we want to? Challenging hegemonic femininity in women's sport. *Quest*, 53(1), 115-133.
<https://doi.org/10.1080/00336297.2001.10491733>
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.
- Kuper, S. (1996) *Football Against the Enemy*, London: Phoenix
- Kümbetoğlu B. Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma. Bağlam Yayıncılık, 2008, s:99
- Kwon, H. H., Trail, G. T., & Anderson, D. (2006). Points of attachment (identification) and licensed merchandise consumption among American college students. *International Journal of sport management*, 7(3), 347-360.
- Lampard, R., & Pole, C. (2015). Practical social investigation: Qualitative and quantitative methods in social research. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315847306>
- Leaper, C. (2015). Gender and Social-Cognitive Development. *Handbook of Child Psychology and Developmental Science*.
- Lenartowicz, M., & Organista, N. (2023). Sports fans' socialization, team identification and gendered differences between sport consumption. *Acta Gymnica*. [10.5507/ag.2023.007](https://doi.org/10.5507/ag.2023.007)
- Lenneis, V., & Pfister, G. (2015). Gender constructions and negotiations of female football fans. A case study in Denmark. *European Journal for Sport and Society*, 12(2), 157-185.
<https://doi.org/10.1080/16138171.2015.11687961>
- Lenskyj, H. (1988). Measured time: Women, sport and leisure. *Leisure Studies*, 7(3), 233-240.
<https://doi.org/10.1080/02614368800390211>
- Lennon, K., & Fischer, C. (2010). Feminist perspectives on the body.
- Lewis, L. (1992) 'Introduction'. In L. Lewis (ed) *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, London: Routledge.

- Light, R., & Kirk, D. (2000). High school rugby, the body and the reproduction of hegemonic masculinity. *Sport, education and society*, 5(2), 163-176.
- Lindsey, L. L. (2020). *Gender: Sociological Perspectives*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315102023>
- Litman, J. A., & Spielberger, C. D. (2003). Measuring epistemic curiosity and its diversive and specific components. *Journal of personality assessment*, 80(1), 75-86.
- Light, R. L., & Wedgwood, N. (2012). Revisiting 'Sport and the maintenance of masculine hegemony'. *Asia-Pacific Journal of Health, Sport and Physical Education*, 3(3), 181-183.
<https://doi.org/10.1080/18377122.2012.721877>
- L. Irwin, R., Zwick, D., & A. Sutton, W. (1999). Assessing organizational attributes contributing to marketing excellence in American professional sport franchises. *European journal of marketing*, 33(3/4), 314-328. <https://doi.org/10.1108/03090569910253080>
- Llopis-Goig, R. (2007). Female football supporters' communities in Spain: A focus on women's peñas». En *Football and Europe: Histories, Equity and Experiences*, editat per J Magee, J Caudwell, K Liston, i Sh Scraton, 175-189.
- Llopis Goig, R. (2008). Learning and representation: the construction of masculinity in football. An analysis of the situation in Spain. *Sport in Society*, 11(6), 685-695.
<https://doi.org/10.1080/17430430802283948>
- Lloyd, G. (2002). The man of reason: "Male" and "female" in western philosophy. *Routledge*.
<https://doi.org/10.4324/9780203423240>
- Lock, D., & Heere, B. (2017). Identity crisis: A theoretical analysis of 'team identification' research. *European Sport Management Quarterly*, 17(4), 413-435.
<https://doi.org/10.1080/16184742.2017.1306872>
- Lock, D., Taylor, T., & Darcy, S. (2011). In the absence of achievement: The formation of new team identification. *European Sport Management Quarterly*, 11(2), 171-192.
<https://doi.org/10.1080/16184742.2011.559135>

- Lock, D., Funk, D. C., Doyle, J. P., & McDonald, H. (2014). Examining the longitudinal structure, stability, and dimensional interrelationships of team identification. *Journal of Sport Management*, 28(2), 119-135. <https://doi.org/10.1123/jsm.2012-0191>
- Lopata, H. (2006). Gender and social roles. *Handbook of the Sociology of Gender*, 229-246.
- Lorber, J. (2018). The social construction of gender. In *Inequality in the 21st Century* (pp. 347-352). Routledge.
- Lorber, J. (2000). Guarding the gates: The micropolitics of gender. In M.S. Kimmel with A. Aronson (Eds.), *The gendered society reader* (pp. 270–294). Oxford: Oxford University Press
- Lundquist, J. H. (2008). Ethnic and gender satisfaction in the military: The effect of a meritocratic institution. *American Sociological Review*, 73(3), 477-496.
- Lynch, K. D. (2007). Modeling role enactment: Linking role theory and social cognition. *Journal for the theory of social behaviour*, 37(4), 379-399. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5914.2007.00349.x>
- The Guardian. (2018). English Fans Begin Arriving Volgograd First Match. https://www.theguardian.com/football/2018/jun/15/england-fans-begin-arriving-volgograd-first-match?CMP=share_btn_url.
- Torres, C. R. (Ed.). (2014). *The Bloomsbury companion to the philosophy of sport*. A&C Black.
- MacDonald, A. (1998) 'Uncertain Utopia: Science Fiction Media Fandom and Computer Mediated Communication', New Jersey: Hampton Press.
- Maccoby, E. E., & Jacklin, C. N. (1974). Myth, reality and shades of gray: What we know and don't know about sex differences.
- Madrigal, R., & Chen, J. (2008). Moderating and mediating effects of team identification in regard to causal attributions and summary judgments following a game outcome. *Journal of Sport Management*, 22(6), 717-733.

- Malik, S., & Shoukat, Z. (2021). Exhibition of Traditional Gender Roles through Symbolic and Semiotic use of Language in Alice Munro's 'Royal Beatings'. *Journal of Languages, Culture and Civilization*, 3(1), 9-16. <https://doi.org/10.47067/jlcc.v3i1.36>
- Malkoc, N. (2020). Attitudes of Sport Science Students Regarding to Gender Roles. *Asian Journal of Education and Training*, 6(3), 456-460. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1259733>
- Mandal, E. (2004). Stereotypical perception of female and male roles as a determinant in professional careers and the functioning of the labour market. *Gender and economic opportunities in Poland: Has transition left women behind*, 5-17. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=62826ae8fcda007fc45d088630f35d1fed247c37#page=16>
- Mann, L. (1974). On being a sore loser: How fans react to their team's failure. *Australian Journal of Psychology*, 26(1), 37-47.
- Mann, S. A. (2012). Doing feminist theory: From modernity to postmodernity. *Oxford University Press*.
- Marini, M. M. (1978). The transition to adulthood: Sex differences in educational attainment and age at marriage. *American sociological review*, 483-507. <https://doi.org/10.2307/2094774>
- Marini, M. M., & Brinton, M. C. (1984). 11 Sex Typing in Occupational Socialization. *Spons Agency*, 199.
- Martínez-García, M. L., & Rodríguez-Menéndez, C. (2019). 'I can try it': negotiating masculinity through football in the playground. *Sport, Education and Society*. <https://doi.org/10.1080/13573322.2018.1564653>
- Mayring, P. (2004). Qualitative content analysis. *A companion to qualitative research*, 1(2), 159-176.
- Maxwell H. D. A (2005). Case Study Of NCAA Division I Women's College Basketball Fans: Sport Fan Motivation And Game Enhancers. *Phd Thesis. University Of Notre Dame*.

https://curate.nd.edu/articles/thesis/A_Case_Study_of_NCAA_Division_I_Women_s_College_Basketball_Fans_Sport_Fan_Motivation_and_Game_Enhancers/24818916

McCall, G. & Simmons, J.L. 1966. Identities and Interactions. *New York: The Free Press.*

McDade-Montez, E., Wallander, J., & Cameron, L. (2017). Sexualization in US Latina and White girls' preferred children's television programs. *Sex roles*, 77, 1-15.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-016-0692-0>

McDonald, M., & Rascher, D. (2000). Does bat day make cents? The effect of promotions on the demand for Major League Baseball. *Journal of Sport Management*, 14(1), 8-27.

McDowell, L. (2011). Capital culture: Gender at work in the city. *John Wiley & Sons.*

McGinnis, L., Chun, S., & McQuillan, J. (2003). A review of gendered consumption in sport and leisure. *Bureau of Sociological Research-Faculty Publications*, 2.
<https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1001&context=bosrfacpub>

McIntyre, M. H., & Edwards, C. P. (2009). The early development of gender differences. *Annual review of anthropology*, 38, 83-97. <https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-091908-164338>

McPherson B, 1975. Sport consumption and the economics of consumerism In D. W. Ball & J, in W. Loy Eds., *Sport and social order: Contributions to the sociology of sport*, pp:243-275.

Mehus, I. (2005). Sociability and excitement motives of spectators attending entertainment sport events: Spectators of soccer and ski-jumping. *Journal of Sport Behavior*, 28(4), 333.

Meier, H. E., & Leinwather, M. (2012). Women as 'armchair audience'? Evidence from German national team football. *Sociology of Sport Journal*, 29(3), 365-384.
<https://doi.org/10.1123/ssj.29.3.365>

Meier, H. E., Strauss, B., & Riedl, D. (2017). Feminization of sport audiences and fans? Evidence from the German men's national soccer team. *International Review for the Sociology of Sport*, 52(6), 712-733. <https://doi.org/10.1177/1012690215612457>

Meier, H. E., Konjer, M., & Strauß, B. (2020). Identification with the women's national soccer in Germany: do gender role orientations matter? *Soccer & Society*, 21(3), 299-315.
<https://doi.org/10.1080/14660970.2019.1629908>

- Melnick, M. J., & Wann, D. L. (2011). An examination of sport fandom in Australia: Socialization, team identification, and fan behavior. *International Review for the Sociology of Sport*, 46(4), 456-470.
- Merriam SB. (2018). Nitel Araştırma: Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber. *Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık*.
- Messner, M. A. (1997). *Politics of masculinities: Men in movements* (Vol. 3). Rowman & Littlefield.
- Messner, M. A. (2015). Barbie girls versus sea monsters: Children constructing gender. In *Sociological Perspectives on Sport* (pp. 100-114). Routledge.
- Messner, M. A. (2002). *Taking the field: Women, men, and sports* (Vol. 4). U of Minnesota Press.
- Messner M. A. (2005). Still A Man's World? Studying Masculinities And Sport. *Handbook Of Studies On Men And Masculinities*, 313-325. <http://dx.doi.org/10.4135/9781452233833.n18>
- Messner, M. A., Duncan, M. C., & Cooky, C. (2003). Silence, sports bras, and wrestling porn: Women in televised sports news and highlights shows. *Journal of sport and social issues*, 27(1), 38-51. <https://doi.org/10.1177/0193732502239583>
- Messner, M. A. (2010). Out of play: Critical essays on gender and sport. *State University of New York Press*.
- Mewett, P., & Toffoletti, K. (2008). Rogue men and predatory women: Female fans' perceptions of Australian footballers' sexual conduct. *International Review for the Sociology of Sport*, 43(2), 165-180. <https://doi.org/10.1177/1012690208095377>
- Mewett P, Toffoletti K. (2011). Finding Footy: Female Fan Socialization And Australian Rules Football. *Sport In Society*, 14(5): 670-684.
- Mikkola, M. (2008). Feminist perspectives on sex and gender. <https://seop.illc.uva.nl/entries/feminism-gender/>
- Miller, G. E. (2004). Frontier masculinity in the oil industry: The experience of women engineers. *Gender, Work & Organization*, 11(1), 47-73. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2004.00220.x>

- Millett, K. (2016). *Sexual politics*. *Columbia University Press*.
- Milne, G. R., & McDonald, M. A. (1999). *Sport marketing: Managing the exchange process*. Jones & Bartlett Learning.
- Mudrick, M., Miller, M., & Atkin, D. (2016). The influence of social media on fan reactionary behaviors. *Telematics and Informatics*, 33(4), 896-903.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.01.005>
- Mullins, N. M. (2015). Insidious influence of gender socialization on females' physical activity: Rethink pink. *Physical Educator*, 72(1), 20.
- Muñoz-Helú, H., Reynoso-Sánchez, L. F., Peñaloza, R., Cruz-Morales, K. N., & Jaenes, J. C. (2020). Percepción del Rol de la Mujer en el Deporte en Estudiantes Universitarios. En J. López-Walle, J. Tristán. R. Cuevas & A. Ceballos (eds.). *Psicología del deporte y ciencias aplicadas* (pp. 255-280). *Universidad Autónoma de Nuevo León*; Fondo Editorial de Nuevo León.
https://www.researchgate.net/publication/347590721_Percepcion_del_Rol_de_la_Mujer_en_el_Deporte_en_Estudiantes_Universitarios
- Murrell, A. J., & Dietz, B. (1992). Fan Support of Sport Teams: The Effect of a Common Group Identity. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 14(1).
- Murphy, P., Williams, J., & Dunning, E. (1990). Football on trial: Spectator violence and development in the football world. (*No Title*).
- Moi, T. (1999). *What is a woman?: and other essays*. *Oxford University Press, USA*.
- Mongrain, S. J. S. R. (2002). The battle of the sexes: Fifty million women avidly follow professional sports [press release]. *Scarborough Research*.
- Morriss-Roberts, C. (2013). *Big and pumped: Embodied masculinity in homosocial sporting environments* (Doctoral dissertation, University of East London).
- Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. (2014). *Sport marketing 4th edition*. Human Kinetics.
- Nash, J. C. (2008). Re-thinking intersectionality. *Feminist review*, 89(1), 1-15.
<https://doi.org/10.1057/fr.2008.4>

- Ngun, T. C., Ghahramani, N., Sánchez, F. J., Bocklandt, S., & Vilain, E. (2011). The genetics of sex differences in brain and behavior. *Frontiers in neuroendocrinology*, 32(2), 227-246. <https://doi.org/10.1016/j.yfrne.2010.10.001>
- Nicholson, L. (1994). Interpreting gender. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 20(1), 79-105. <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/494955>
- Nielsen, (2023). <https://www.nielsen.com/insights/2023/womens-sports-viewership-on-the-rise/>
- Noviana, F., Mulyadi, B., & Rahmah, Y. (2021). Ecofeminism Perspective on the Role of Women Concerning Nature in Miyori No Mori Anime. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 317, p. 02001). EDP Sciences. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202131702001>
- Nuhrat Y. (2017). "Fair To Swear?" Gendered Formulations Of Fairness İn Football İn Turkey." *Journal Of Middle East Women's Studies*, 13(1), p.p. 25-46. <https://doi.org/10.1215/15525864-3728624>
- Oakley, A. (1972). Sex, Gender and Society. Revised Edition. *Hampshire: Arena Gower Publishing*.
- Osborne, A. C., & Coombs, D. S. (2013). Performative sport fandom: An approach to retheorizing sport fans. *Sport in Society*, 16(5), 672-681.
- Özbay C. (2013). Türkiye’de Hegemonik Erkekliği Arama. https://dspace.ceid.org.tr/xmlui/bitstream/handle/1/794/Cenk%20%c3%96zbayTURKIYEDE_HEGEMONIK_ERKEKLIGI_ARAMAK%20-%20Kopya.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Öztürk, P., & Koca, C. (2018). Futbolda Kadınlar: Bir Sosyal Alan Olarak Kadın Futbol Takımının Analizi. *Turkiye Klinikleri Journal of Sports Sciences*, 10(3).
- Palmer, C., & Thompson, K. (2007). The paradoxes of football spectatorship: On-field and online expressions of social capital among the “Grog Squad”. *Sociology of sport journal*, 24(2), 187-205. <https://doi.org/10.1123/ssj.24.2.187>
- Pappas, N. T., McKenry, P. C., & Catlett, B. S. (2004). Athlete aggression on the rink and off the Ice: Athlete violence and aggression in hockey and Interpersonal relationships. *Men and Masculinities*, 6(3), 291–312. <https://doi.org/10.1177/1097184X03257433>

- Park, S., Andrew, D. P., & Mahony, D. F. (2008). Exploring the relationship between trait curiosity and initial interest in sport spectatorship. *International Journal of Sport Management*, 9(3), 286.
- Patton MQ. *Qualitative Research & Evaluation Methods*. Sage Publications; 2002.
- Pelak, C. F. (2002). Women's collective identity formation in sports: A case study from women's ice hockey. *Gender & Society*, 16(1), 93-114. <https://doi.org/10.1177/0891243202016001006>
- Perry, D. G., & Pauletti, R. E. (2011). Gender and adolescent development. *Journal of research on adolescence*, 21(1), 61-74. <https://doi.org/10.1111/j.1532-7795.2010.00715.x>
- Pfister G, Lenneis V., & Mintert S. (2013). Female Fans Of Men's Football—A Case Study In Denmark. *Soccer & Society*, s:850-871. <https://doi.org/10.1080/14660970.2013.843923>
- Pilcher, J. (2017). *Women of their time: generation, gender issues and feminism*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315233710>
- Pitti I. (2019). Being Women In A Male Preserve: An Ethnography Of Female Football Ultras. *Journal Of Gender Studies*, s:318-329.
- Polat, E., Sönmezoğlu, U., Yıldız, K., & Çoknaz, D. (2019). Futbol taraftarlarının takım imajı, takım sadakati ve takımla özdeşleşme düzeylerinin belirlenmesi. *International Journal of Sport Exercise and Training Sciences-IJSETS*, 5(3), 143-153.
- Pollard, R., & Pollard, G. (2005). Long-term trends in home advantage in professional team sports in North America and England (1876–2003). *Journal of sports sciences*, 23(4), 337-350.
- Pope, S. (2005) The 'Feminization' of English Football Spectatorship, Leicester, *University of Leicester*.
- Pope S. (2011). “Like Pulling Down Durham Cathedral And Building A Brothel”: Women As ‘New Consumer’ fans? *International Review For The Sociology Of Sport*, 46.4: 471-487.
- Pope, S. (2013). “The Love Of My Life”: The Meaning and Importance Of Sport For Female Fans. *Journal Of Sport And Social Issues*, 37(2), 176-195. <https://doi.org/10.1177/0193723512455919>

- Pope, S., & Williams, J. (2011). Beyond irrationality and the ultras: Some notes on female English rugby union fans and the 'feminised' sports crowd. *Leisure Studies*, 30(3), 293-308.
- Pope, S. (2017). *The feminization of sports fandom: A sociological study*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315689852>
- Prabasmoro, T., & Ridwansyah, R. (2020). Fan culture and masculinity: Identity construction of Persib supporters. *Gender Studies*, 18(1), 163-178. <https://doi.org/10.2478/genst-2020-0012>
- Prokhovnik, R. (2012). *Rational woman: A feminist critique of dichotomy*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203024485>
- Radmann, A., & Hedenborg, S. (2022). Introduction: female fandom studies in a global perspective. *Soccer & society*, 23(3), 241-244. <https://doi.org/10.1080/14660970.2022.2037206>
- Ranson, G. (2005). No longer "one of the boys": Negotiations with motherhood, as prospect or reality, among women in engineering. *Canadian Review of Sociology/Revue canadienne de sociologie*, 42(2), 145-166. <https://doi.org/10.1111/j.1755-618X.2005.tb02459.x>
- Rapoport, T., & Regev, D. (2020). Women Do Fandom Their Way. *Doing Fandom: Lessons from Football in Gender, Emotions, Space*, 135-159.
- Reay, D. (2005). 'Spice Girls', 'Nice Girls', 'Girlies' and 'Tomboys': Gender Discourses, Girls' Cultures and Femininities in The Primary Classroom. In *Feminist Critique of Education* (pp. 55-69). Routledge.
- Real, M. R., & Mechikoff, R. A. (1992). Deep fan: Mythic identification, technology, and advertising in spectator sports. *Sociology of Sport Journal*, 9(4), 323-339.
- Reichl, A. J. (1997). Ingroup favouritism and outgroup favouritism in low status minimal groups: differential responses to status-related and status measures. *European Journal of Social Psychology*, 27(6), 617-633. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0992\(199711/12\)27:6<617::AID-EJSP829>3.0.CO;2-T](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0992(199711/12)27:6<617::AID-EJSP829>3.0.CO;2-T)
- Reysen, S., & Branscombe, N. R. (2010). Fanship and fandom: Comparisons between sport and non-sport fans. *Journal of Sport Behavior*, 33(2).

- Ridinger, L., & Funk, D. C. (2006). Looking at gender differences through the lens of sport spectators. *Sports Marketing Quarterly*, 15(3).
- Ridinguer, L., & James, J. (2002). Female and male sport fans: A comparison of sport consumption motives. *Journal of Sport Behavior*, 25(3), 260-278.
https://www.xtremeiceskating.com/online_documents/SportConsumerMotivations.pdf
- Riley, D. (1988). 'Am I that name?': Feminism and the category of 'women' in history. *Springer*.
- Risman, B. J. (2018). Gender as a social structure (pp. 19-43). *Springer International Publishing*.
- Roberto, A. J. (2016). Gender roles: A sociological perspective. *The Yale Journal of Biology and Medicine*, 89(2), 272.
<https://www.proquest.com/docview/2725349271/fulltext/6FF8968492564AB9PQ/1?accountid=200257&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Robinson, M. J., & Trail, G. T. (2005). Relationships among spectator gender, motives, points of attachment, and sport preference. *Journal of Sport Management*, 19(1), 58-80.
<https://doi.org/10.1123/jsm.19.1.58>
- Rosenberger III, P. J., Yun, J. H., Rahman, M. M., Köcher, S., & de Oliveira, M. J. (2019). Gooooo!: motivation drivers of attitudinal and behavioral fan loyalty in Brazil. *Revista Brasileira de Marketing*, 18(4), 116-136.
- Ross, S. R., & Shiner, K. J. (2008). Perspectives of women college athletes on sport and gender. *Sex roles*, 58, 40-57.
- Rousseau, A., Eggermont, S., Bels, A., & Van den Bulck, H. (2018). Separating the sex from the object: Conceptualizing sexualization and (sexual) objectification in Flemish preteens' popular television programs. *Journal of Children and Media*, 12(3), 346-365.
<https://doi.org/10.1080/17482798.2018.1425888>
- Rubin, G. (1975). The traffic in women: Notes on the "political economy" of sex.
<https://philpapers.org/archive/RUBTTI>
- Ruble, D. N., Martin, C. L., & Berenbaum, S. A. (2007). Gender development. *Handbook of child psychology*, 3.

- Rudden, M. G. (2022). Misogyny and gender role straight-jackets: A psychoanalytic perspective. *Psychoanalytic Inquiry*, 42(7), 557-566. <https://doi.org/10.1080/07351690.2022.2121146>
- Rumsby, B. (2016). Sexism 'occurs daily' in football, report reveals, The Telegraph. <https://www.telegraph.co.uk/football/2016/03/08/sexism-occurs-daily-in-football-reports-reveals/>
- Russell, D. (1997). Football and the English (Preston, Carnegie Publishing) 1997b. *Popular Music in England, 1840–1914. A Social History*.
- Sabo, D., & Veliz, P. (2008). Go out and play: Youth sports in America. *Women's Sports Foundation*. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED539976.pdf#page=2.15>
- Sandvoss, C. (2003). A Game of Two Halves: Football Fandom, TV and Globalization.
- Sarikulak, İ., & Canan, K. O. C. A. (2019). Futbol taraftarlığı alanında kadınları marjinalleştiren doxalar. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 246-263. <https://doi.org/10.25307/jssr.633413>
- Sasson-Levy, O. (2003). Feminism and military gender practices: Israeli women soldiers in “masculine” roles. *Sociological Inquiry*, 73, 440–465. <https://doi.org/10.1111/1475-682X.00064>
- Scruton, S. (1997) 'Foreword'. In S. Lopez (ed) *Women on the Ball*, London: Scarlet Press.
- Serpell, B. G., Harrison, D., Dower, R., & Cook, C. J. (2023). The under representation of women coaches in high-performance sport. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 18(4), 1320-1332. [10.1177/17479541231160229](https://doi.org/10.1177/17479541231160229)
- Shah, M., Shakir, M., & Attia, S. (2020). Stereotyping of gender roles and norms by society: a feminist analysis of I stand here ironing. *Review of Education, Administration & Law*, 3(2), 149-156. <https://doi.org/10.47067/real.v3i2.47>
- Sherlock, J., & Elsdon, N. (2000). Going all the way': Female football fans and 'Ladette' culture in the UK. *Issues and values in sport and leisure cultures*, 123-140.

- Shorter-Gooden, K. (2004). Multiple resistance strategies: How African American women cope with racism and sexism. *Journal of Black Psychology*, 30(3), 406-425. <https://doi.org/10.1177/0095798404266050>
- Signorella, M. L., Bigler, R. S., & Liben, L. S. (1993). Developmental differences in children's gender schemata about others: A meta-analytic review. *Developmental review*, 13(2), 147-183. <https://doi.org/10.1006/drev.1993.1007>
- Sigelman, C. K., De George, L., Cunial, K., & Rider, E. A. (2018). *Life span human development*. Cengage AU.
- Silva, L. F. N., Santos, G. F., Servadio, N. C., Tamashiro, L. I., & Scaglia, A. J. (2021). Problematizando a masculinidade hegemônica no ensino/treino do futebol: relato de um projeto socio-esportivo liderado por uma entidade estudantil. *Caderno de Educação Física e Esporte*, 19(2), 93-99.
- Sisjord, M. K., & Kristiansen, E. (2009). Elite women wrestlers' muscles: Physical strength and a social burden. *International Review for the Sociology of Sport*, 44(2-3), 231-246.
- Simmons, J. M., Cintron, A., & Grappendorf, H. (2021). What Do Their Partners Say? An Examination of Fan-Family Conflict Through the Lens of Sport Fans' Significant Others. *Journal of Sport Behavior*, 44(4). <https://doi.org/10.1080/17430437.2020.1793756>
- Sloan, L. R. (1989). The motives of sports fans. *Sports, games, and play: Social and psychological viewpoints*, 2, 175-240.
- Smith, A. C., & Stewart, B. (2007). The travelling fan: Understanding the mechanisms of sport fan consumption in a sport tourism setting. *Journal of sport & tourism*, 12(3-4), 155-181. <https://doi.org/10.1080/14775080701736924>
- Smith, G. J. (1988). The noble sports fan. *Journal of Sport and Social Issues*, 12(1), 54-65.
- Smith, J. (2014). Violence and hegemonic masculinity in Historias del Kronen, El Bola, and Te doy mis ojos. *Prisma Social: revista de investigación social*, (13), 217-256.
- Smith, J. A. (2024). Qualitative psychology: A practical guide to research methods.

- Snyder, E. E. (1991). Sociology of nostalgia: Sport halls of fame and museums in America. *Sociology of Sport Journal*, 8(3), 228-238.
- Solberg, H. A., & Hammervold, R. (2008). TV sports viewers—who are they?. *Nordicom Review*, 29(1), 95-110. <https://intapi.sciendo.com/pdf/10.1515/nor-2017-0164>
- Spaaij, R. (2008). Men like us, boys like them: Violence, masculinity, and collective identity in football hooliganism. *Journal of Sport and Social Issues*, 32(4), 369-392. <https://doi.org/10.1177/0193723508324082>
- Stander, F. W., & De Beer, L. T. (2016). Towards engagement: A comparison of fan groups in the context of a major South African football club. *SA Journal of Industrial Psychology*, 42(1), 1-10.
- Stets, J. E., & Burke, P. J. (2000). Identity theory and social identity theory. *Social psychology quarterly*, 224-237. <https://doi.org/10.2307/2695870>
- Stewart, B., Smith, A., & Nicholson, M. (2003). Sport consumer typologies: A critical review. *Sport Marketing Quarterly*, 12(4), 206-216.
- Stockard, J., & Johnson, M. M. (1980). Sex roles: Sex inequality and sex role development. (*No Title*).
- Stoller, R. J. (1968). A further contribution to the study of gender identity. *The International journal of psycho-analysis*, 49, 364.
- Stoller, R. J. (1975). Sex and gender (No. 81). Hogarth.
- Stone, A. (2007). An introduction to feminist philosophy. *Polity*.
- Stryker, S. (1968). Identity salience and role performance: The relevance of symbolic interaction theory for family research. *Journal of Marriage & Family*, 30(4). <https://doi.org/10.2307/349494>
- Stryker, S. (1987). Identity theory: Developments and extensions.
- Sucan, S. (2019). The effects of gender roles and perceived parental attitudes on career decision making self-efficacy of faculty of sport sciences students. *Journal of Educational Psychology*, 13(2), 10-19. https://imanagerpublications.com/assets/designedpaper/SERDAR_SUCAN.pdf

- Sullivan, O. (2006). Changing gender relations, changing families: Tracing the pace of change over time. Rowman & Littlefield.
- Sülzle, A. (2011). *Fußball, Frauen, Männlichkeiten: Eine ethnographische Studie im Fanblock*. Campus Verlag.
- Sveinson, K., & Hoeber, L. (2016). Female sport fans' experiences of marginalization and empowerment. *Journal of Sport Management*, 30(1), 8-21. <https://doi.org/10.1123/jsm.2014-0221> ghjnm
- Sveinson, K., & Hoeber, L. (2015). Overlooking the obvious: An exploration of what it means to be a sport fan from a female perspective. *Leisure Studies*, 34(4), 405-419. <https://doi.org/10.1080/02614367.2014.923496>
- Sveinson, K., & Hoeber, L. (2016). Female sport fans' experiences of marginalization and empowerment. *Journal of Sport Management*, 30(1), 8-21. <https://doi.org/10.1123/jsm.2014-0221>
- Swim, J. K., & Cohen, L. L. (1997). Overt, covert, and subtle sexism: A comparison between the attitudes toward women and modern sexism scales. *Psychology of women quarterly*, 21(1), 103-118. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00103.x>
- Tabuk, M. E. (2022). Futbol Taraftarinin Sosyolojik Tipolojisi. *Sporda Araştırma ve Değerlendirmeler*, 69.
- Tajfel, H., Turner, J. C., Austin, W. G., & Worchel, S. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *Organizational identity: A reader*, 56(65), 9780203505984-16.
- Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual review of psychology*, 33(1), 1-39.
- Talbot, K., & Quayle, M. (2010). The perils of being a nice guy: Contextual variation in five young women's constructions of acceptable hegemonic and alternative masculinities. *Men and Masculinities*, 13(2), 255-278. <https://doi.org/10.1177/1097184X09350408>
- Talimciler, A. (2016). Endüstriyelleşen Sporun/Futbolun Geleceği. *Sosyoloji Dergisi, Armağan Sayısı*, 167-184

- Talimciler, A. (2017). Image Of Masculinity in Soccer Fan: The Case Of Bucaspor, Göztepe Ve Karşıyaka Fans. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(1), 27-57. <https://dergipark.org.tr/en/pub/jssh/issue/33034/367349>
- Taşmektepligil, M. Y., Küçük, V., Karakuş, S., & Kalkavan, A. (2017). Bireysel şiddet açısından spor medyasının etkileri. *Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2(2), 30-42.
- Tatar, M. (2022). Socialization: The Process of Learning to Be Human. *International Journal of Progressive Education*, 18(5), 146-163.
- Tepper, S. J. (2000). Fiction reading in America: Explaining the gender gap. *Poetics*, 27(4), 255-275.
- Tiryaki, S. (2000). Sport psychology: concepts, theories and practice. *Eylül bookstore and publisher*.
- Tracy SJ. Qualitative Quality: Eight “Big-Tent” Criteria For Excellent Qualitative Research. *Qualitative Inquiry*. 2010; 16(10): 837-851.
- Trail, G., & McCullough, B. P. (2018). Differential effects of internal and external constraints on sustainability intentions: A hierarchical regression analysis of running event participants by market segment. *Journal of Management for Global Sustainability*, 6(2), 8. <https://archium.ateneo.edu/jmgs/vol6/iss2/8/>
- Trail, G. T., & James, J. D. (2001). The motivation scale for sport consumption: Assessment of the scale's psychometric properties. *Journal of sport behavior*, 24(1).
- Trail, G. T., Robinson, M. J., Dick, R. J., & Gillentine, A. J. (2003). Fans versus spectators in intercollegiate athletics. *commitment*, 12(4), 217-227.
- Trombley, S. (Ed.). (1999). *The new Fontana dictionary of modern thought*. HarperCollins.
- Trott, V. A. (2022). ‘Gillette: The best a beta can get’: Networking hegemonic masculinity in the digital sphere. *New Media & Society*, 24(6), 1417-1434. <https://doi.org/10.1177/1461444820978293>
- Toffoletti, K., & Mewett, P. (2012). “Oh yes, he is hot”: Female football fans and the sexual objectification of sportsmen's bodies. In *Sport and its female fans* (pp. 99-114). Routledge.
- Toffoletti, K. (2017). Women sport fans: Identification, participation, representation. *Routledge*. [10.4324/9781315641690](https://doi.org/10.4324/9781315641690)

- Turkay, H., Bayrakdaroglu, Y., Yağan, Ü. N., & Başkan, A. H. (2020). Takım sporcusu gençlerde sosyal kimlik. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(8), 583-591. <https://sobibder.org/index.php/sobibder/article/view/109/108>
- Ussher, J. M. (1997). *Fantasies of femininity: Reframing the boundaries of sex*. Rutgers University Press.
- Vargel Pehlivan, P. (2017). Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Kuramsal Yaklaşımlar: Bir Literatür Taraması. *Istanbul Commerce University Journal of Social Sciences/İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(31). <https://research.ebsco.com/c/uadh7d/viewer/pdf/vxkqjip2vf>
- Van Driel, I. I., Gantz, W., & Lewis, N. (2019). Unpacking what it means to be—or not be—a fan. *Communication & Sport*, 7(5), 611-629. <https://doi.org/10.1177/2167479518800659>
- Vaz, E. W., & Clarke, W. (1982). The professionalization of young hockey players. (*No Title*).
- Wakefield, K. L., & Sloan, H. J. (1995). The effects of team loyalty and selected stadium factors on spectator attendance. *Journal of sport management*, 9(2), 153-172. <https://doi.org/10.1123/jsm.9.2.153>
- Walker, N. A., & Sartore-Baldwin, M. L. (2013). Hegemonic masculinity and the institutionalized bias toward women in men's collegiate basketball: What do men think? *Journal of Sport Management*, 27(4), 303-315. <https://doi.org/10.1123/jsm.27.4.303>
- Walvin, J. (2001). *The only game: Football in our times* (p. 203). London: Longman.
- Wann, D. L. (1995). Preliminary validation of the sport fan motivation scale. *Journal of Sport and Social issues*, 19(4), 377-396. <https://doi.org/10.1177/019372395019004004>
- Wann, D. L., & Branscombe, N. R. (1993). Sports fans: Measuring degree of identification with their team. *International journal of sport psychology*.
- Wann, D. L., & Dolan, T. J. (1994). Attributions of highly identified sports spectators. *The Journal of Social Psychology*, 134(6), 783-792.

- Wann, D. L., Friedman, K., McHale, M., & Jaffe, A. (2003). The Norelco Sport Fanatics Survey: examining behaviors of sport fans. *Psychological reports*, 92(3), 930-936.
- Wann, D. L., & James, J. D. (2018). *Sport fans: The psychology and social impact of fandom*. Routledge.
- Wann, D. L., Melnick, M. J., Russell, G. W., & Pease, D. G. (2001). *Sport fans: The psychology and social impact of spectators*. Routledge.
- Wann, D. L., Morris-Shirkey, P. A., Peters, E. J., & Suggs, W. L. (2002). Highly identified sport fans and their conflict between expression of sport knowledge and biased assessments of team performance. *International Sports Journal*, 6(1), 153-159.
- Wann, D. L., & Schrader, M. P. (1996). An analysis of the stability of sport team identification. *Perceptual and Motor Skills*, 82(1), 322-322.
- Wann, D. L., Schrader, M. P., & Wilson, A. M. (1999). Sport fan motivation: Questionnaire validation, comparisons by sport, and relationship to athletic motivation. *Journal of Sport Behavior*, 22(1), 114.
- Wann, D. L., & Pierce, S. (2003). Measuring sport team identification and commitment: an empirical comparison of the sport spectator identification scale and the psychological commitment to team scale. *North American Journal of Psychology*, 5(3).
- Wann, D. L., Melnick, M. J., Russell, G. W., & Pease, D. G. (2001). *Sport fans: The psychology and social impact of spectators*. Routledge.
- Washington, R. E., & Karen, D. (2001). Sport And Society. *Annual Review Of Sociology*, 27(1), 187-212.
- Weaving, C., & Roberts, S. (2012). Checking in: An analysis of the (lack of) body checking in women's Ice hockey. *Research Quarterly For Exercise And Sport*, 83(3), 470–478. <https://doi.org/10.5641/027013612802573120>
- Weber, R. P. (1990). *Basic content analysis* (Vol. 49). Sage.

- Wedgwood, N. (2008). For the love of football: Australian rules football and heterosexual desire. *Journal of sport and social issues*, 32(3), 311-317. <https://doi.org/10.1177/0193723508319714>
- Weitzman, L. J., Eifler, D., Hokada, E., & Ross, C. (1972). Sex-role socialization in picture books for preschool children. *American journal of Sociology*, 77(6), 1125-1150.
- Wenner, L. A., & Gantz, W. (1989). The audience experience with sports on television. *Media, sports, & society*, 241-269.
- Wenner, L. A., & Gantz, W. (1998). Watching sports on television: Audience experience, gender, fanship, and marriage. In *MediaSport* (pp. 233-251). Routledge.
- Wertz, F. J. (2005). Phenomenological research methods for counseling psychology. *Journal of counseling psychology*, 52(2), 167. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.52.2.167>
- West, C., & Zimmerman, D. H. (1987). Doing gender. *Gender & society*, 1(2), 125-151.
- W. White, D., & Absher, K. (2013). Red Devils, Royals, and the River Thames: The ambassadorial role of sports in heightening country-of-origin image. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 3(4), 312-326.
- Whisenant, W. A., Pedersen, P. M., & Obenour, B. L. (2002). Success and gender: Determining the rate of advancement for intercollegiate athletic directors. *Sex roles*, 47, 485-491. <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1021656628604>
- Whiteside, E., & Hardin, M. (2011). Women (not) watching women: Leisure time, television, and implications for televised coverage of women's sports. *Communication, Culture & Critique*, 4(2), 122-143. <https://doi.org/10.1111/j.1753-9137.2011.01098.x>
- Wiley, C. G., Shaw, S. M., & Havitz, M. E. (2000). Men's and women's involvement in sports: An examination of the gendered aspects of leisure involvement. *Leisure sciences*, 22(1), 19-31. <https://doi.org/10.1080/014904000272939>
- Wilkinson, H. (1999). The Thatcher legacy: Power feminism and the birth of girl power. *On the move: Feminism for a new generation*, 27-47.
- Williams, J. (2001). FA Premier League fan survey 2000. *Leicester: University of Leicester*.

- Williams, J. (2006). 'Protect me from what I want': Football fandom, celebrity cultures and 'new'football in England. *Soccer & Society*, 7(1), 96-114. <https://doi.org/10.1080/14660970500355637>
- Wood, W., & Eagly, A. H. (2012). Biosocial construction of sex differences and similarities in behavior. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 46, pp. 55-123). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-394281-4.00002-7>
- Woodhouse, J. (1991). *A national survey of female football fans*. University of Leicester, the Sir Norman Chester Centre for Football Research.
- Xu, Xiyan. (2022). Female Images from the Perspective of Ecological Feminism: Taking O-lan in Pearl S. Buck's The Good Earth as an Example. *Asia-Pacific journal of humanities and social sciences*.
- Yaprak, P., & Amman, M. T. (2009). Sporda kadınlar ve sorunları. Türkiye Kick Boks Federasyonu Spor Bilimleri Dergisi, 2(1), 39-49.
- Yıldırım, A., & Simsek, H. (1999). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (11 baskı: 1999-2018).
- YILMAZ, S. Kadın Taraftarların Özdeşleşme Düzeyleri ve Küfürlü Tezahürata Yaklaşımlarının Belirlenmesi (Göztepe Kadın Taraftarlar Örneği–Ocak 2016) Murat TOK (murattok@yahoo.com) Serdar DEMİRBÜKEN, Alper KARATEKE.
- Yongsheng, O. (1989). Qualitative Research. *Normal University, Shuyuan Co*.
- Zelyurt MK. (2019). Futbol Taraftarlığı, Özdeşleşme ve Kimlik: Taraftarlıktan Fanatizme. *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(1): 85-105.
- Zuaneti Martins, M., Santos Silva, K. R., & Borel Delarmelina, G. (2022). Tensions between fan culture and the feminist identities of female football fans in Brazil. *Soccer & Society*, 23(3), 285-297. <https://doi.org/10.1080/14660970.2022.2037212>

10. BİLİMSEL FAALİYETLER

Makale

Örnek, S., & Biçer, T. (2021). Üst Düzey Tenis Sporcularının Tenisi Bırakma Nedenlerinin İncelenmesi (Doctoral dissertation, Marmara University). <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1150465>

Örnek S. & Alpullu A. (2024). Women's Voices from the Tribunes: Experiences of Turkish Women Fans Issue, *Sportif Bakış Spor ve Eğitim Dergisi*, 11-1, Pp, 82-95. Doi Number :<http://dx.doi.org/10.33468/sbsebd.373>

Bildiri (Poster veya Sözel)

Örnek S. & Biçer. T. (2020). Üst Düzey Tenis Sporcularının Tenisi Bırakma Nedenlerinin İncelenmesi, *Uluslararası Egzersiz ve Spor Psikolojisi Kongresi*, 25-27 Eylül, Çevrimiçi Kongre.

Örnek, S. & Öğüt E. (2022). İstanbul Tenis Kulüplerinde Yöneticilerin Feminizasyona İlişkin Görüşlerinin Analizi, *20. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi*, Antalya.

Örnek, S. & Alpullu (2023). Is The Space of Women's Basketball Fandom Influenced by Gender? 6. *International Congress on Human Studies (ICHUS-2023)*, 10-11 Dec, Ankara / Turkey.

11.EKLER

EK1 – Katılımcıların Demografik Bilgileri

İsim	Yaş	Eğitim	Lisanslı Sporcu	Varsa	Ailede Lisanslı	Spor Dah	Deplasman	Canlı İzleme	Tutuğu Takım	İlk maç Deneyimi
FT2	52	Lisans	Hayır	Hiç	Hayır	Futbol	Evet	Haftada Bir	FB	Baba
FT1	20	Üniversite öğr.	Hayır	Hiç	Hayır	Futbol	Evet	Ayda Bir	BJK	Arkadaş
FT10	20	Üniversite öğr.	Hayır	Hiç	Evet	Futbol	Hayır	Ayda Bir	GS	Baba
BT4	19	Üniversite öğr.	Evet	Basketbol	Hayır	Basketbol	Hayır	Haftada Bir	FB	Baba
FT3	27	Lisans	Hayır	Hiç	Hayır	Futbol	Hayır	Haftada Bir	GS	Partner
FT6	20	Üniversite öğ	Hayır	Hiç	Hayır	Futbol	Evet	Ayda Bir	BJK	Arkadaş
FT5	40	Lisans	Evet	Diğerleri	Evet	Futbol	Evet	Haftada Bir	BJK	Arkadaş
BT9	42	YL	Evet	Diğerleri	Evet	Basketbol	Hayır	Haftada Bir	GS	Arkadaş
FT4	28	Lisans	Hayır	Hiç	Evet	Futbol	Hayır	Haftada Bir	FB	Koca
BT1	48	Lisans	Hayır	Hiç	Hayır	Basketbol	Evet	Haftada Bir	FB	Koca
FT7	19	Üniversite öğr	Hayır	Hiç	Evet	Futbol	Hayır	Haftada Bir	GS	Arkadaş
FT12	65	Lisans	Hayır	Hiç	Evet	Futbol	Evet	Ayda Bir	GS	Baba
BT2	20	Üniversite öğr	Hayır	Hiç	Hayır	Basketbol	Hayır	Ayda Bir	GS	Kuzen/aile
BT6	46	YL	Evet	Basketbol	Evet	Basketbol	Hayır	Ayda Bir	FB	Arkadaş
BT5	52	Lise	Hayır	Hiç	Evet	Basketbol	Hayır	Haftada Bir	FB	Arkadaş
FT11	60	Lise	Hayır	Hiç	Hayır	Futbol	Evet	Ayda Bir	FB	Kardeş
FT9	41	Lisans	Evet	Basketbol	Hayır	Futbol	Evet	Haftada Bir	GS	Baba
FT8	38	YL	Evet	Hiçbiri	Hayır	Futbol	Hayır	Haftada Bir	BJK	Partner
BT7	35	Lisans	Hayır	Hiçbiri	Hayır	Basketbol	Hayır	Ayda Bir	FB	Arkadaş
BT10	21	Lisans	Hayır	Hiçbiri	Hayır	Basketbol	Evet	Haftada bir	FB	Arkadaş
BT8	60	Lise	Hayır	Hiçbiri	Hayır	Basketbol	Evet	Haftada bir	FB	Koca
BT3	40	YL	Evet	Basketbol	Hayır	Basketbol	Evet	Haftada bir	FB	Koca

EK2- Kişisel bilgi formu

Değerli katılımcı,

Toplumsal cinsiyet bakış açısıyla futbol ve basketbol kadın taraftarlarının deneyimlerinin incelenmesi amacıyla aşağıda bazı ifadeler verilmiştir. Bu ifadeleri okuyarak gerekli kısımları doldurunuz. Araştırmaya gösterdiğiniz katkı için teşekkürlerimi sunarım.

Serda ÖRNEK

Genel Bilgiler

1. Yaş:
Eğitimi düzeyi: () lise () lisans () yüksek lisans () doktora
2. Lisanslı spor geçmişiniz var mı?
() evet () hayır
3. Eğer lisanslı olarak spor yaptıysanız hangi sporu yaptınız?
() futbol () basketbol () diğerleri () hiçbiri
4. Ailenizde başka lisanslı spor yapan var mı/ var mıydı?
() evet () hayır
5. Taraftarı olduğunuzu takımın hangi spor dalının maçlarını canlı seyredersiniz?
() futbol () basketbol
6. Takımınızın deplasman maçlarına gider misiniz?
() evet () hayır
7. Yerde (canlı) maç seyretme sıklığınız?
() haftada bir/birkaç kez () ayda bir/birkaç kez () yılda bir/birkaç kez hiç
8. İlk maça kimle gittiniz?
() babam () erkek arkadaşım () kız arkadaşım () sevgilim () kocam
9. Taraftar olduğunuz takım hangisidir?

EK3- SORULAR

Sorulara geçmeden önce kendinizden bahseder misiniz? Nerden okudunuz? Şu anada hangi alanda çalışmaktasınız? Kısaca bahsedebilir misiniz?

A. Futbol ve basketbol kadın taraftarlarının deneyimleri arasında ne gibi farklar vardır?

1. Sizin için taraftarlık ne anlama geliyor?
2. Tutduğunuz takımı nasıl seçtiniz? Sizin takımınızı seçmenizi sağlaya kişi veya kişiler var mıydı?
3. Maçları seyretmeye genelde kimlerle gidirsiniz?
4. Taraftar olmaktan uzaklaştığınız zamanlar oldu mu? Sebeplerini anlatabilir misiniz?
5. Araştırmalar artık daha fazla kadın taraftarın maçlara gittiğini gösteriyor. Sence bu doğru mu?
6. Sizce kadın taraftarların sayısındaki artışın nedeni ne olabilir?

B. Futbol ve basketbol kadın taraftarlığında cinsiyet normları ve kuralları nasıl işler?

7. Maça gittiğinizde bir kadın taraftar olarak kendinizi nasıl hissedersiniz?
8. Kendinizi bu alana ait olmadığınızı hissettiren deneyimleriniz var mı, varsa anlatabilir misiniz?
9. Stadyumdaki ve stadyum dışındaki davranışlarınız, sözleriniz ve görünümünüz (kıyafetler jestler vs) açısından benzerleşen ve farklılaşan yönler nelerdir sizce? Var ise bunlar neler?

C. Tribünlerde futbol ve basketbol kadın taraftarları diğer taraftarlar tarafından nasıl karşılanır?

- 10 . Sizce niçin kadın taraftarları tribünde yeterince göremiyoruz?
- 11 . Kadın taraftar olarak tribüne gittiğinizde erkek taraftarların size bakış açısı nasıl sizce? Varsa olumlu ve olumsuz deneyimlerinizi bizimle paylaşabilir misiniz?
- 12 . Sizce erkekler kadınların tribün veya sahada varlıklarından etkileri var mı rahatsız oluyor mu? Bu konudaki düşünceleriniz neler?

D. Futbol ve basketbol kadın taraftarlarının nasıl bir taraftara kimliği oluştururlar?

- 13 . Sizce kadın taraftarların tüm maçlara gitmesi daha mı zor? Neden?
- 14 . Taraftarlığı erkeklerin bir alanı olarak mı düşünüyorsunuz? Neden?
15. Cinsiyetinizin taraftarlık kimliğinizi etkilediğini düşünüyor musunuz?
16. Hiç erkek taraftarlar taraftar kimliğinizi kanıtlamak zorunda kaldınız mı?

EK4 - Gönüllü Katılım Formu

Spor taraftarlığı kadınların en az görünür olduğu ve var olduğu alanlardan biridir. Bizde çalışmamızda hem basketbol hem de futbol kadın taraftarlarının taraftarlık alanındaki yaşadıkları deneyimlere odaklandık. Araştırma için Etik Kurulu’ndan gerekli imzalar alınmış olup araştırmamız kapsamında kişisel özelliklerinizi ve spor deneyiminizi içeren demografik bilgi formu ile Bireysel Görüşme Formundaki soruları yanıtlamanız istenmektedir. Görüşmelerde tüm katılımcılardan gerekli izinler alındıktan sonra, veri analizi sürecinde yapılan görüşmelerin çözümlenebilmesi için Zoom platformu aracılığıyla görüşmeler kayıt altına alınacaktır.

Sizinle yapılacak görüşmelerdeki soruları yanıtlarken kimsenin baskısı veya telkini altında olmayın. Tüm cevaplar kişilerin deneyimleri doğrultusunda değerlendirilmektedir. Görüşmelerin ortalama 30 ile 45 dakika arasında sürmesi planlanmaktadır.

Araştırmamız gönüllülük esasına dayanır. Çalışmaya katılmama veya katıldıktan sonra cayma hakkınızın olduğunu unutmayınız. Araştırma doğrultusunda kimlik bilgileriniz gizli tutulacak ve verdiğiniz bilgiler yalnızca araştırmacı tarafından, yalnızca araştırma amacına yönelik kullanılacaktır. Araştırma ile ilgili her türlü soruyu aşağıda kimliği ve iletişim bilgileri bulunan araştırmacıya sorabilirsiniz.

Serda ÖRNEK

EK6

Onam Formu

“Toplumsal Cinsiyete Göre Futbol ve Basketbol Kadın Taraftarların Deneyimlerinin İncelenmesi” başlıklı çalışma ile ilgili yukarıda verilen bilgiler doğrultusunda araştırmanın amacını anladım. Soru sorma ve tartışma imk nı buldum beraberinde tatmin edici yanıtlar aldım. Araştırmaya katılmama veya katıldıktan sonra cayma hakkım olduğunu öğrendim. Bu koşullar dahilinde kendi isteğim doğrultusunda çalışmaya katılmayı kabul ediyorum.

Katılımcının

Adı-Soyadı:

İmzası:

Serda ÖRNEK