

Konya İslami Dayanışma Oyunlarındaki Seyircilerin Katılım Güdülerinin İncelenmesi

Examining the Participation Motives of the Spectators in Konya Islamic Solidarity Games

Yılmaz ÜNLÜ¹

¹ Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Bolu, Türkiye / yilmaz_unlu@ibu.edu.tr / 0000-0002-2190-3300

Özet: Bu araştırma, Konya 2021 İslami Dayanışma Oyunları'na katılan seyircilerin dışsal ve içsel katılım güdülerini belirleyerek bu güdülerin seyircilerin cinsiyet, gelir düzeyi, katılım sağlanan bölge ve yaş faktörlerine göre farklılaşma durumlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma "Kendi Kaderini Tayin Teorisi" ile temellendirilmiştir. Araştırmada veri toplamak amacıyla "Spor Seyircileri İçin Dışsal Güdü Ölçeği" ve "Spor Seyircileri İçin İçsel Güdü Ölçeği" ile kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Veriler, kolayda örnekleme yöntemine göre 9-18 Ağustos 2022 tarihinde Konya İslami Dayanışma Oyunlarına seyirci olarak katılan 18 yaş ve üzeri, 149' u kadın 185' i erkek toplam 334 katılımcıdan elde edilmiştir. Çalışmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Değişkenler arası farklılıklar T testi ve ANOVA ile bağımlı ve bağımsız değişkenler arası ilişki Korelasyon testi ile saptanmıştır. Elde edilen bulgulara göre dışsal güdü ölçeğine göre cinsiyet değişkeninde kadınlar lehine, gelir düzeyi değişkeninde orta grubun lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Dışsal güdü ölçek puan dağılımlarına göre katılım sağlanan bölge değişkeninde puanların anlamlı olarak farklılaştığı tespit edilmiştir. İçsel güdü ölçeği puan dağılımlarına göre cinsiyet, gelir düzeyi ve katılım sağlanan bölge değişkenlerinde anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir. Ayrıca dışsal güdü ölçeği ile yaş arasındaki ilişkide negatif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilirken; içsel güdü ölçeği ile yaş arasındaki ilişkide sadece milli duygular alt boyutunda pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Neuroticism, approach-avoidance motivation, MVC.

Abstract: The research aims to determine the external and internal participation motives of the spectators participating in the Konya 2021 Islamic Solidarity Games and to examine the differentiation of these motives according to the gender, income, region and age factors of the spectators. The research is based on the "Self-Determination Theory". In order to collect data in the research, "Extrinsic Motivation Scale for Sports Spectators" and "Intrinsic Motivation Scale for Sports Spectators" and personal information form were used. The data were obtained from a total of 334 participants, 149 women and 185 men, aged 18 and over, who attended the Konya Islamic Solidarity Games on 9-18 August 2022, according to the convenience sampling method. Relational screening model was used in the study. The differences between the variables were determined by the T test and ANOVA, and the correlation between the dependent and independent variables was determined by the correlation test. According to the findings, a significant difference was found in favor of women in the gender variable and in favor of the middle group in the income level variable according to the extrinsic motivation scale. According to the extrinsic motivation scale score distributions, it was determined that the scores differed significantly in the participating region variable. It was determined that there was no significant difference in the variables of gender, income level and the city participated in according to the intrinsic motivation scale score distributions. In addition, while a negative significant relationship was found in the relationship between the extrinsic motivation scale and age; It was determined that there was a positive and significant relationship only in the sub-dimension of national feelings in the relationship between the intrinsic motivation scale and age.

Keywords: Sport, spectatör, motivation.

Received: 25.07.2023 / Accepted: 24.09.2023 / Published: 20.10.2023

<https://doi.org/10.22282/tojras.1332429>

Citation: Ünlü, Y. (2023). Konya islami dayanışma oyunlarındaki seyircilerin katılım güdülerinin incelenmesi. The Online Journal of Recreation and Sports (TOJRAS), 12(4), 724-734.

GİRİŞ

Sporun dünya çapındaki rolü ve artan mali kazançlar sayesinde çoğu ulusun ekonomisi üzerindeki etkisi göz ardı edilemez bir gerçekliktir. Büyük şirketlerin yanı sıra hükümetlerin sporculara, takımlara ve büyük spor etkinliklerine sponsorluk yapması, bu endüstrinin son yıllarda çok daha hızlı büyümesine ve son derece karlı hale gelmesine olanak sağlamıştır (Milano and Chelladurai, 2011). Aynı zamanda hükümetler, uluslar ve kuruluşlar sporu, insanları bir araya getirmek ve kültürel engelleri yıkmak için bir araç olarak kullanmaktadır. Bu anlamda Milano ve Chelladurai, (2011) sporu; "kökenleri, geçmişleri, dini inançları veya ekonomik durumları ne olursa olsun insanları bir araya getirebilen evrensel bir dil" şeklinde aktarmıştır. Buna karşılık, spor sektöründe sporcuların ve takımların olumlu performans göstermeleri sporseverlerin ve seyircilerin ilgisini çekmekte ve sürekli bir döngü halinde spor endüstrisinde daha fazla gelir akışı için fırsat yaratmaktadır (Buraimo et al., 2007). Söz konusu bu döngüde en önemli unsur spor endüstrisinin lokomotifini oluşturan spor seyircileridir. Spor izleyicisini "bir spor olayını gözlemleyen kişi" ya da "belirli bir spora veya sporcuya karşı ilgisi ya da hevesi olan kişi" olarak tanımlamak mümkündür (Wann et al., 1999). Taraftar olarak ta tanımlanan spor seyircileri her türlü performans sporuna karşı ilgilidirler. Dolayısı ile bu kitle spor olayını internet, televizyon ve farklı medya iletişim araçlarından takip ederler ya da bizzat spor olayının gerçekleştiği yerde canlı olarak seyrederek (Schwarz, 2008; Smith, 2008).

Bireyin tüketim kararında en önemli faktörlerden birisi güdülenmedir. Tüketici davranışlarının açıklanmasında önemli bir kavram olan güdülenme, bireyin ihtiyaçları ve istekleri doğrultusunda bir eylemi gerçekleştirmek amacıyla istekli davranması ve bu isteği tatmin etmek için ortaya konulan çabaların tümü olarak tanımlanabilir (Eren, 2015; Robbins, 1992). Bu noktada satın alma davranışları hem tüketicinin ihtiyaçları, güdüler, öğrenme süreci, algıları, tutumları ve inançları (içsel) hem de kişinin içinde yaşadığı toplumda var olan kültürü, sosyal sınıfı, referans grubu ve ailesi (dışsal) etkisiyle ortaya çıkmaktadır. İşletmelerin faaliyetleri bu davranışları önemli ölçüde etkilemekte ve yönlendirmektedir (Varinli ve Çakır, 1999).

Spor tüketicisi kavramına bakıldığında, sporu veya spor ürününü doğrudan veya dolaylı olarak satın alan ve kullanan kişi ya da grup olarak tanımlanmaktadır. Elde edilen spor ürününün nihai tüketicisi olarak nitelendirilen spor tüketicisi gruplarını, spor ürünleri tüketicisi (sporla ilgili ekipman, giysi, dergi vb.), spor hizmetleri tüketicisi (izleyen veya spor faaliyetlerine katılanlar), spor katılımcıları ve gönüllüleri (spor faaliyetlerini destekleyenler) ve spor taraftarları (dinleyiciler, radyo veya televizyondan takipçiler) şeklinde sıralamak mümkündür (Funk, 2008; Smith, 2008). Spor izleyicileri/taraftarları, spor endüstrisindeki en önemli tüketiciler gruplarından biridir. Bir spor müsabakasını izleyen ve boş zamanlarında spor izlemeye vakit ayıran bireyler spor izleyicisi olarak tanımlanmaktadır (Trail et al., 2000).

Bununla birlikte, Guttman, (1986) spor izleyicisini, bir spor olayını yerinde (canlı olarak) veya film veya televizyon gibi görsel medya aracılığıyla izleyen herkes olarak tanımlamıştır. Sporun pasif tüketimi ile ilgili bir diğer konu ise taraftarlıktır. Salon/spor alanı, spor seyircisini ve taraftarını kendi takımlarına ve oyuncularına bağlılık derecelerine göre ayırır (Trail and James, 2001). Bu nedenle taraftarlar organize spor tüketicisidir. Hayranlık düzeyi ile ilgili araştırmalarda hayranlar çeşitli kategorilere ayrılmıştır. Örneğin Sutton et al., (1997) tarafından yapılan kavramsal bir araştırmada taraftarlık düşük, orta ve yüksek olmak üzere üç gruba ayrılırken “geçici taraftarlar, yerel taraftarlar, sadık taraftarlar, fanatik taraftarlar ve kötü işlevli taraftarlar” kavramları kullanılmıştır.

Türkiye’de ve dünyanın her yerinde birçok spor organizasyonu yapılmaktadır. Söz konusu bu tür organizasyonlarda asıl amaç her zaman daha fazla tüketiciye/kitleye ulaşmaktır. Ancak ülkemizde genel olarak bu tür organizasyonlarının düşük düzeyde ilgi görmesi ve yeterli tüketici kitlesine ulaşamadığı düşünülmektedir. Pazarlama anlayışının tüketici odaklı bir yapı olduğu düşünüldüğünde, ürün ne olursa olsun her satış elemanının ürününün kime hitap ettiğini bilmesi son derece önemli noktadır. Böylece hedef kitlenin olumlu ve olumsuz tutumlarının nedeni kolaylıkla belirlenebilmektedir. Bu açıklamalar ışığında, spor tüketicilerinin (izleyicilerin) davranışlarını etkileyen faktörlerin (güdülerin) net bir şekilde ortaya konması, spor olayında tüketim yoğunluğunun artırılmasının yanı sıra, gelecek spor etkinliklerinin planlanmasında da önemli faydalar sağlayabilir (Polat, 2013). Uluslararası literatürde yapılan araştırmalara bakıldığında özellikle başarı, bilgi, beceri, estetik, aile, bağlılık, drama, kaçış, eğlence, kültür, sosyal ilişki ve eğlence gibi farklı boyutlardan oluşan birçok tüketim güdülerine yer verildiği görülmektedir (Mullin, 2007; Shank, 2005; Smith, 2008; Schwarz and Hunter, 2008). Yukarıda belirtilen güdüler tüketici güdülerinin karmaşık olduğu göstermektedir. Söz konusu bu karmaşık süreç ile ilgili olarak spor tüketicilerinin spor ile ilgili hizmet ve ürünleri satın alırken nasıl ve hangi düzeyde güdülendiklerini anlamak spor endüstrisi için kritik bir önem sahiptir (Smith, 2008). Bu durum ile ilgili olarak James ve Ross, (2004) spor seyircilerinin sporu seyretme güdülerinin doğru anlaşılması, spor pazarlamacılarının ortaya koydukları tutundurma çabalarının etkili bir şekilde gerçekleşeceğini, bunun da sporun seyredilme oranını artıracaklarını ifade etmiştir. Bu bağlamda araştırma, “Kendi Kaderini Tayin Teorisi” ile temellendirilmiştir. Bu teori, spor seyircisi için bir seçim/karar sürecini ifade eder. Bu sebeple irade, istek ve niyet gibi kavramlar bu teorenin odak noktasıdır (Deci and Rya, 1985). Bu teoriye göre bireyler içsel ya da dışsal yönden güdülenerek farklı nedenlerle spor olaylarına yönelir. Birey, başka bir dışsal etkileyici olmadan kendi isteği ile spor olayına katılıyor ve kişisel doyum, haz almak, kendini geliştirmek gibi içsel nedenlerle mücadele ediyorsa o birey içsel olarak güdülenmiş varsayılmaktadır. Aksine birey herhangi bir spor olayına kendi hür iradesi dışında statü, ödül ve çevre baskısı gibi dışsal sebeplerden dolayı katılıyorsa o bireyin dışsal olarak güdülendiği söylenebilir (Kazak, 2004). Bu bağlamda araştırma 2022 yılında düzenlenen Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin içsel ve dışsal güdülerini farklı demografik değişkenler göre

inceleyerek değişkenler arasındaki ilişki ve farklılıkları belirlemek amacıyla yapılmıştır.

Araştırma problemi: Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin dışsal ve içsel güdüleri toplam ve alt boyut puan dağılımları cinsiyet, gelir durumu, katılım sağlanan bölge ve yaş değişkenine göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?

Araştırmanın alt problemleri

1. Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin dışsal güdü ölçeği toplam ve alt boyut puan dağılımları cinsiyet durumuna göre farklılaşmakta mıdır?
2. Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin içsel güdü ölçeği toplam ve alt boyut puan dağılımları cinsiyet durumuna göre farklılaşmakta mıdır?
3. Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin dışsal güdü ölçeği toplam ve alt boyut puan dağılımları gelir durumuna göre farklılaşmakta mıdır?
4. Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin içsel güdü ölçeği toplam ve alt boyut puan dağılımları gelir durumuna göre farklılaşmakta mıdır?
5. Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin dışsal güdü ölçeği toplam puan dağılımları katılım sağlanan bölge durumuna göre farklılaşmakta mıdır?
6. Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin içsel güdü ölçeği toplam puan dağılımları katılım sağlanan bölge durumuna göre farklılaşmakta mıdır?
7. Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin dışsal ve içsel güdü ölçeği toplam ve alt boyut puan dağılımları ile yaş değişkeni puan dağılımları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

YÖNTEM

Araştırma Modeli: Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin içsel ve dışsal katılım güdülerini cinsiyet, gelir düzeyi, katılım sağlanan bölge ve yaş değişkenlerine göre farklılık ve ilişkileri belirlemek amacıyla yürütülen bu araştırmada, nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli, iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkinin çeşitli düzeylerde varlığını veya derecesini belirlemeye odaklanır (Karasar, 2016).

Araştırmanın Amacı: “Kendi Kaderini Tayin Teorisi” ile temellendirilen bu araştırma, Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin içsel ve dışsal katılım güdü düzeylerini belirleyerek bu güdülerin seyircilerin cinsiyet, gelir durumu, katılım sağlanan bölge değişkenlerine göre farklılaşma durumlarını, yaş değişkenine göre ise ilişki durumunu belirlemek üzere yürütülmektedir.

Araştırma Grubu: Araştırma verileri, 2022 yılında düzenlenen Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerden 18 yaş ve üzeri 149’u kadın, 185’i erkek toplam 334 sporcudan kolayda örnekleme yöntemiyle, yüz yüze anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir.

Verilerin Toplanması: Araştırmanın verilerinin tamamı katılımcılara yüz yüze anket uygulanarak toplanmıştır. Araştırmada, seyircilerin dışsal ve içsel katılım güdülerini

belirlemek için Polat, E. ve Yalçın, H.B. (2020) tarafından uyarlanan "Spor Seyircileri için Dışsal ve İçsel GÜDÜ Ölçeği" kullanılmıştır. Dışsal güdü ölçeği 25 madde ve 9 alt boyuttan oluşmaktadır. Geliştirilen dışsal güdü ölçeği alt boyutları Cronbach's alfa değerleri: Sosyal paylaşım (0,85), popülerite (0,79), aile bağları (0,86), medya etkisi (0,76), etik değerler (0,83), bahis imkânları (0,90), oyun bilgisi (0,77), kültürel gelişim (0,71) ve estetik değerler (0,84) olarak belirtilmiştir. İçsel güdü ölçeği alt boyutları Cronbach's alfa değerleri: Milli duygular (0,88), spor tutkusu (0,82), rekaber duygusu (0,78), taraftarlık (0,88), yerel bağlılık (0,91), beceri düzeyi (0,80), rahatlama (0,69) olarak tespit edilmiştir (Polat ve Yalçın, 2020).

Verilerin Analizi: Elde edilen veriler SPSS 24 istatistik programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Madde sayısının en az 5 katı ($46 \times 5 = 230$) katılımcı hedeflenmiştir. Bu amaçla elde edilen verilerden örnekleme uygunluk, eksik bilgiler içermeye ve aşırı uç değer oluşurması gibi hususlar incelenerek bu kriterleri sağlamayan veriler çıkarıldıktan sonra normallik dağılımını sağlayan 334 veri ile analizler gerçekleştirilmiştir. Kalan verilere ilişkin normallik değerleri ve analiz sonuçları tablolaştırılarak aşağıda sunulmuştur. Analizlerde tekli normallik dağılımları basıklık- çarpıklık (+1.5 ile -1.5) değerleri dikkate alınarak kararlaştırılmıştır. Seyircilerin demografik özelliklerinin dağılımları frekans ve yüzde ile bulgular kısmında gösterilmiştir. Değişkenler arası farklılıklar T testi ve ANOVA ile bağımlı ve bağımsız değişkenler arası ilişki korelasyon testi ile saptanmıştır. Analizlerde istatistiksel anlamlılık değeri ($p < 0.05$) kriteri üzerinden yorumlanmıştır.

Tablo 1. Seyirci dışsal güdü ölçeği çarpıklık ve basıklık değerleri

	n	Ortalama	Standart	Basıklık	Çarpıklık
SSDGO1	33	3,43	1,315	-0,317	-1,095
SSDGO2	33	3,37	1,230	-0,173	-0,949
SSDGO3	33	3,67	1,147	-0,368	-0,872
SSDGO4	33	3,34	1,138	0,032	-0,984
SSDGO5	33	3,28	1,138	0,045	-0,956
SSDGO6	33	3,49	1,133	-0,324	-0,654
SSDGO7	33	2,56	1,262	0,450	-0,797
SSDGO8	33	2,47	1,253	0,482	-0,793
SSDGO9	33	3,03	1,176	0,048	-0,823
SSDGO1	33	3,41	1,146	-0,340	-0,569
SSDGO1	33	3,36	1,182	-0,239	-0,730
SSDGO1	33	3,41	1,187	-0,251	-0,722
SSDGO1	33	2,87	1,265	0,238	-1,001
SSDGO1	33	2,97	1,287	0,150	-1,105
SSDGO1	33	2,93	1,306	0,150	-1,104
SSDGO1	33	1,78	1,125	1,527	1,556
SSDGO1	33	1,71	1,044	1,613	2,070
SSDGO1	33	1,75	1,069	1,474	1,470
SSDGO1	33	2,78	1,324	0,359	-1,033
SSDGO2	33	2,77	1,268	0,340	-0,939
SSDGO2	33	2,99	1,325	0,180	-1,123
SSDGO2	33	3,46	1,199	-0,212	-1,000
SSDGO2	33	3,59	1,166	-0,287	-0,965
SSDGO2	33	3,49	1,138	-0,130	-1,017
SSDGO2	33	3,40	1,129	-0,113	-0,910

Tablo 1 'e göre dışsal güdü ölçeği normallik dağılımları incelendiğinde değerlerin yaklaşık (+1.5 ile -1.5) arasında yer aldığı ve bu değerlerin sosyal bilimlerde tekli normallik koşulları için yeterli olduğu belirtilmektedir (Büyüköztürk, 2012; Tabachnick, 2013).

Tablo 2. Seyirci içsel güdü ölçeği çarpıklık ve basıklık değerleri

	n	Ortalama	Standart	Basıklık	Çarpıklık
IGO1	33	4,15	1,029	-1,102	0,505
IGO2	33	4,05	1,030	-0,976	0,355
IGO3	33	4,04	1,028	-0,941	0,303
IGO4	33	3,58	1,161	-0,355	-0,729
IGO5	33	3,51	1,190	-0,204	-0,961
IGO6	33	3,79	1,075	-0,515	-0,432
IGO7	33	3,88	0,974	-0,517	-0,301
IGO8	33	3,66	1,103	-0,325	-0,773
IGO9	33	3,56	1,107	-0,132	-1,023
IGO1	33	3,13	1,158	0,196	-0,827
IGO1	33	3,06	1,149	0,271	-0,838
IGO1	33	2,92	1,137	0,430	-0,653
IGO1	33	2,89	1,207	0,173	-0,821
IGO1	33	2,82	1,205	0,356	-0,738
IGO1	33	2,93	1,216	0,189	-0,852
IGO1	33	3,32	1,201	-0,035	-0,991
IGO1	33	3,31	1,240	-0,019	-1,138
IGO1	33	3,28	1,268	-0,088	-1,097
IGO1	33	3,54	1,179	-0,333	-0,843
IGO2	33	3,50	1,182	-0,338	-0,828
IGO2	33	3,66	1,202	-0,505	-0,780

Tablo 2' ye göre içsel güdü ölçeği normallik dağılımları incelendiğinde değerlerin yaklaşık (+1.5 ile -1.5) arasında yer aldığı ve bu değerlerin sosyal bilimlerde tekli normallik koşulları için yeterli olduğu belirtilmektedir (Büyüköztürk, 2012; Tabachnick, 2013).

BULGULAR

Araştırmaya katılan sporcuların demografik özellikleri ile araştırmada yapılan analizler tablo, şekil ve grafik kullanılarak bu bölümde sunulmuştur.

Tablo 3. Araştırma grubunun demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

	Gruplar	n	%
Cinsiyet	Kadın	149	44,6
	Erkek	185	55,6
	Toplam	334	100,0
Gelir	Düşük	128	38,3
	Orta	152	45,5
	Yüksek	54	16,2
	Toplam	334	100,0
Katıldığı bölge	Güney doğu	27	8,1
	Akdeniz	25	7,5
	Doğu Anadolu	30	9,0
	Karadeniz	25	7,5
	Marmara	43	12,9
	Ege	12	3,6
	İç Anadolu	172	51,5
	Toplam	334	100,0
	Yaş	21 yaş	%25 ilk çeyrek
23 ya		%50	
32 yaş		%70 son çeyrek	

Tablo 3'te araştırmaya katılan seyircilere ait demografik bilgilere yer verilmiştir. Araştırmaya (149 kişi) %44,6' sı kadın ve (185 kişi) %55,6'ı erkek olmak üzere toplam 334 gönüllü seyirci katılmıştır. Katılımcıların gelir düzeyleri, yaş dağılımları ve katıldığı bölgeye ilişkin frekans ve yüzde dağılımları tabloda yer almaktadır.

Araştırma sorusu 1: Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin dışsal güdü toplam ve alt boyut puan dağılımları cinsiyet durumuna göre farklılaşma var mıdır? ile ilgili analiz bulguları tablo 4'te sunulmaktadır.

Tablo 4. Dışsal güdü ölçeği toplam ve alt boyut puanlarının cinsiyet durumu değişkeni T testi sonuçları

Seyirci dışsal güdü ölçeği	Cinsiyet	n	Ort.	Ss	Sd	t	p	Anlamlı Farklılık
Sosyal paylaşım	Erkek	185	3,21	1,19	332	-5,361	,000	Kadınlar lehine
	Kadın	149	3,84	,97				
Popülarite	Erkek	185	3,31	,98	332	-1,183	,238	Yok
	Kadın	149	3,44	1,04				
Aile bağları	Erkek	185	2,68	1,08	332	-,184	,854	Yok
	Kadın	149	2,70	1,12				
Medya etkisi	Erkek	185	3,43	1,03	332	,635	,526	Yok
	Kadın	149	3,35	1,14				
Etik değer	Erkek	185	2,78	1,16	332	-2,413	,016	Kadınlar lehine
	Kadın	149	3,10	1,21				
Bahis imkânları	Erkek	185	1,83	,95	332	1,688	,092	Yok
	Kadın	149	1,64	1,02				
Oyun bilgisi	Erkek	185	2,68	1,16	332	-2,792	,006	Kadınlar lehine
	Kadın	149	3,05	1,24				
Kültürel değişme	Erkek	185	3,25	1,10	332	-5,207	,000	Kadınlar lehine
	Kadın	149	3,87	1,08				
Estetik değer	Erkek	185	3,27	1,04	332	-3,276	,001	Kadınlar lehine
	Kadın	149	3,66	1,12				
Ölçek toplam	Erkek	185	2,91	,73	332	-2,839	,005	Kadınlar lehine
	Kadın	149	3,14	,717				

Tablo 4 incelendiğinde Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin dışsal güdü ölçeği toplam puan ortalamalarında kadınlar lehine anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($t(332) = -2,839$; $p < .01$). Ölçeğin sosyal paylaşım ($t(332) = -5,361$; $p < .01$), Etik değer ($t(332) = -2,413$; $p < .05$), Oyun bilgisi ($t(332) = -2,792$; $p < .01$), Kültürel değişme ($t(332) = -5,207$; $p < .01$) ve Estetik değer ($t(332) = -3,276$; $p < .01$), alt boyutları incelendiğinde kadın ve erkek katılımcıların dışsal güdü puan ortalamalarının yüksek düzeyde olduğu ve kadınlar lehine anlamlı olarak farklılaştığı görülmektedir. Ölçeğin Popülarite, Aile bağları, Medya etkisi ve Bahis imkanları alt boyut puan ortalamaları incelendiğinde ise kadın ve erkek katılımcıların puan ortalamalarının anlamlı olarak farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p > .05$).

Araştırma sorusu 2: Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin içsel güdü toplam ve alt boyut puan dağılımları cinsiyet durumuna göre farklılaşmakta mıdır? ile ilgili analiz bulguları tablo 5'te sunulmaktadır.

Tablo 5. İçsel güdü ölçeği toplam ve alt boyut puanlarının cinsiyet durumu değişkeni T testi sonuçları.

Seyirci içsel güdü ölçeği	Cinsiyet	n	Ort.	Ss	Sd	t	p	Anlamlı Farklılık
Milli Duygular	Erkek	185	4,11	,951	332	,669	,504	Yok
	Kadın	149	4,04	1,006				
Spor Tutkusu	Erkek	185	3,64	1,070	332	,207	,836	Yok
	Kadın	149	3,62	1,070				
Rekabet Duygusu	Erkek	185	3,71	,913	332	,264	,792	Yok
	Kadın	149	3,68	,993				
Taraftarlık	Erkek	185	3,00	1,063	332	-,681	,496	Yok
	Kadın	149	3,08	1,089				
Yerel Bağlılık	Erkek	185	2,80	1,167	332	-1,312	,190	Yok
	Kadın	149	2,98	1,148				
Beceri Düzeyi	Erkek	185	3,32	1,162	332	,335	,738	Yok
	Kadın	149	3,28	1,163				
Rahatlama	Erkek	185	3,53	1,081	332	-,719	,472	Yok
	Kadın	149	3,62	1,128				
Ölçek toplam	Erkek	185	3,44	,782	332	-,271	,787	Yok
	Kadın	149	3,47	,839				

Tablo 5 incelendiğinde Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan kadın ve erkek seyircilerin içsel güdü ölçeği "milli duygular, spor tutkusu, rekabet duygusu, taraftarlık, yerel bağlılık, beceri düzeyi ve rahatlama alt boyut ve toplam puan ortalamalarının yüksek olduğu fakat cinsiyet durumlarına göre anlamlı bir farklılık oluşturmadığı görülmektedir ($t(332) = -,271$; $p > .05$).

Araştırma sorusu 3: Konya İslam oyunlarına katılan seyircilerin dışsal güdü toplam ve alt boyut puan dağılımları gelir durumuna göre farklılaşmakta mıdır? ile ilgili analiz bulguları tablo 6'da sunulmaktadır.

Tablo 6 incelendiğinde Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin gelir durumlarına göre dışsal güdü ölçeğine ilişkin ölçek puan ortalamalarında anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($F(2, 331) = 7,194$; $p < .05$). Ölçeğin, popülarite, aile bağları, medya etkisi ve bahis imkanları alt boyutlarında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($p > .05$). Ölçeğin, sosyal paylaşım ($F(2, 331) = 19,888$; $p < .05$), etik değer ($F(2, 331) = 12,940$; $p < .05$), oyun bilgisi ($F(2, 331) = 24,980$; $p < .05$), kültürel değişme ($F(2, 331) = 27,565$; $p < .05$) ve estetik değer ($F(2, 331) = 12,103$; $p < .05$), alt boyutları gruplar ayrıştırmada yapılan Scheffe çoklu karşılaştırma testi

incelendiğinde gruplar arasında anlamlı farklılığın orta gelir ile düşük gelir grubu arasında orta gelir grubu lehine olduğu görülmektedir ($p < .05$). Gelir durumu değişkenine göre ölçek toplam puan ortalamaları incelendiğinde; düşük (\bar{x} yüksek =2,83), orta (\bar{x} yüksek =3,16), iyi (\bar{x} yüksek =3,03) düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının orta düzeyin üstünde ve yüksek düzeyde olması, seyircilerin dışsal güdü düzeylerinin yüksek olduğunu ifade etmektedir. Tespit edilen etki büyüklüğü Eta kare (η^2) =0,04, farkın düşük bir etki gücü olduğunu ve toplam varyansın yaklaşık %4'ünün bağımsız değişken "gelir durumu" tarafından açıklandığını göstermektedir.

Tablo 6. Dışsal güdü ölçeği toplam ve alt boyut puanlarının gelir durumu değişkenine göre ANOVA sonuçları

Boyut	Gelir durumu	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler	F	p	η^2	Scheffe
Sosyal paylaşım	Düşük	128	3,17	1,15	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	8,585	0,000	0,05	1-2*
	Orta	152	3,69	1,13	21,235		10,617				
	İyi	54	3,67	,943	Grup içi		Grup içi				
Popülerite	Düşük	128	3,23	1,008	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	2,047	0,131	-	yok
	Orta	152	3,46	1,037	4,135		2,068				
	İyi	54	3,45	,897	Grup içi		Grup içi				
Aile bağları	Düşük	128	2,52	1,048	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	2,566	0,078	-	yok
	Orta	152	2,80	1,093	6,142		3,071				1-3*
	İyi	54	2,75	1,199	Grup içi		Grup içi				
Medya etkisi	Düşük	128	3,33	1,092	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	,454	0,635	-	yok
	Orta	152	3,41	1,055	1,060		,530				1-3*
	İyi	54	3,49	1,119	Grup içi		Grup içi				
Etik değer	Düşük	128	2,66	1,144	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	7,018	0,001	-	1-2*
	Orta	152	3,18	1,217	19,286		9,643				
	İyi	54	2,85	1,108	Grup içi		Grup içi				
Bahis imkanları	Düşük	128	1,74	,901	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	,567	0,568	-	yok
	Orta	152	1,70	1,034	1,106		553				
	İyi	54	1,87	1,049	Grup içi		Grup içi				
Oyun bilgisi	Düşük	128	2,60	1,118	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	6,568	0,002	0,04	1-2*
	Orta	152	3,10	1,201	18,615		9,308				
	İyi	54	2,70	1,322	Grup içi		Grup içi				
Kültürel değişme	Düşük	128	3,33	1,100	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	6,133	0,002	0,4	1-2*
	Orta	152	3,76	1,144	15,330		7,665				
	İyi	54	3,33	1,086	Grup içi		Grup içi				
Estetik değer	Düşük	128	3,19	,978	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	7,188	0,001	0,04	1-2*
	Orta	152	3,67	1,103	16,525		8,263				
	İyi	54	3,42	1,192	Grup içi		Grup içi				
Ölçek Toplam	Düşük	128	2,83	,692	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	7,194	0,001	0,04	1-2*
	Orta	152	3,16	,726	7,435		3,717				
	İyi	54	3,03	,758	Grup içi		Grup içi				

Araştırma sorusu 4: Konya İslam oyunlarına katılan seyircilerin içsel güdü toplam ve alt boyut puan dağılımları gelir durumuna göre farklılaşmakta mıdır? ile ilgili analiz bulguları tablo 7' te sunulmaktadır

Tablo 7. İçsel güdü ölçeği toplam ve alt boyut puanlarının gelir durumu değişkeni ANOVA sonuçları

Boyut	Gelir durumu	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p
Milli duygular	Düşük	128	4,10	,972	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	1,844	0,160
	Orta	152	3,99	,984	3,489		1,745		
	İyi	54	4,28	,942	Grup içi		Grup içi		
Spor tutkusu	Düşük	128	3,75	1,103	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	1,293	0,276
	Orta	152	3,55	1,060	2,948		1,474		
	İyi	54	3,57	1,002	Grup içi		Grup içi		
Rekabet duygusu	Düşük	128	3,83	,983	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	2,595	0,076
	Orta	152	3,57	,958	4,621		2,310		
	İyi	54	3,73	,793	Grup içi		Grup içi		
Taraftarlık	Düşük	128	3,18	1,125	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	2,194	0,113
	Orta	152	2,92	1,022	5,019		,2,509		
	İyi	54	3,019	1,065	Grup içi		Grup içi		
Yerel bağlılık	Düşük	128	3,04	1,212	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	2,348	0,097
	Orta	152	2,74	1,106	6,262		3,131		
	İyi	54	2,89	1,149	Grup içi		Grup içi		
Beceri düzeyi	Düşük	128	3,40	1,167	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	,802	0,449
	Orta	152	3,27	1,161	2,165		1,082		
	İyi	54	3,17	1,150	Grup içi		Grup içi		
Rahatlama	Düşük	128	3,70	1,168	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	1,787	0,169
	Orta	152	3,45	1,082	4,316		2,158		
	İyi	54	3,56	,9667	Grup içi		Grup içi		
Ölçek Toplam	Düşük	128	3,57	,84128	Gruplar arası	2,331	Gruplar arası	2,513	0,083
	Orta	152	3,36	,78684	3,241		1,620		
	İyi	54	3,46	,75304	Grup içi		Grup içi		

Tablo 7 incelendiğinde Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin içsel güdü "milli duygular, spor tutkusu, rekabet duygusu, taraftarlık, yerel bağlılık, beceri düzeyi ve rahatlama" alt boyut ve toplam puan ortalamalarının yüksek olduğu fakat gelir durumlarına göre anlamlı bir farklılık oluşturmadığı görülmektedir ($F(2,331) = ,819; p > .05$).

Arştırma sorusu 5: Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin dışsal güdü toplam puan dağılımları katılım sağlanan bölge durumuna göre farklılaşmakta mıdır? ile ilgili analiz bulguları tablo 8’de sunulmaktadır.

Tablo 8. Dışsal güdü ölçeği toplam puanlarının katılım sağlanan bölge durumu değişkeni ANOVA sonuçları

	Katıldıkları bölge	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p
Ölçek toplam puan	Güney doğu	27	3,09	,702	Gruplar arası	6,327	Gruplar arası	2,150	0,048
	Akdeniz	25	3,34	,810	15,069		2,512		
	Doğu anadolu	30	3,22	,611	Grup içi		Grup içi		
	Karadeniz	25	3,05	,605	381,961		1,168		
	Marmara	43	2,89	,605					
	Ege	12	3,51	,835					
	İç anadolu	172	2,91	,755					
	Toplam	334	3,01	,733					

Tablo 8 incelendiğinde Konya İslami Dayanışma oyunlarına katılan seyircilerin katılım sağladıkları bölge değişkenine göre dışsal güdü düzeylerine ilişkin ölçek toplam puan ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir (F (6,327 = 2,150; p<.05). Fakat anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Post Hoc çoklu karşılaştırma testlerinden Tamhane puan ortalamaları incelendiğinde ise gruplar arasında anlamlı farklılığın bulunmadığı tespit edilmiştir.

Arştırma sorusu 6: Konya İslam oyunlarına katılan seyircilerin içsel güdü toplam puan dağılımları katılım sağlanan bölge durumuna göre farklılaşmakta mıdır? ile ilgili analiz bulguları tablo 9’da sunulmaktadır.

Tablo 9. İçsel güdü ölçeği toplam puanlarının katılım sağlanan bölge durumu değişkeni ANOVA sonuçları.

	Katıldıkları bölge	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p
Ölçek toplam puan	Güney doğu	27	3,30	,907	Gruplar arası	6,327	Gruplar arası	1,630	0,138
	Akdeniz	25	3,32	1,26	6,290		1,048		
	Doğu anadolu	30	3,50	,917	Grup içi		Grup içi		
	Karadeniz	25	3,00	,887	210,337		,643		
	Marmara	43	3,57	1,00					
	Ege	12	3,89	,868					
	İç anadolu	172	3,71	1,17					
	Toplam	334	3,57	1,10					

Tablo 9’a göre Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin katılım sağladıkları bölge değişkeni durumuna göre içsel güdü düzeylerine ilişkin ölçek toplam puan ortalamalarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir (F (6,327 = 1,630; p>.05).

Arştırma sorusu 7: Konya İslam oyunlarına katılan seyircilerin dışsal güdü toplam ve alt boyut puan dağılımları ile yaş değişkeni puan dağılımları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır? ile ilgili analiz bulguları tablo 10’da sunulmaktadır.

Tablo 10: Yaş ile dışsal güdü toplam ve alt boyut puanları arasındaki ilişki Analizi

Yaş	Soyal paylaşım	popülerite	Aile bağları	Medya etkisi	Etik değer	Bahis imkanl.	Oyun bilgisi	Kültürel değişme	Estetik değer	Ölçek toplam
yaş	r	-.268**	-.144**	-.056	,025	-.193**	-.067	-.341**	-.290**	-.272**
	p	,000	,009	,305	,649	,000	,222	,000	,000	,000
	n	334	334	334	334	334	334	334	334	334

Tablo 10’ a göre Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin yaş puanları ile sosyal paylaşım (r= -0,268** p<0.01), Popülerite (r= -0,144** p<0.01), Etik değer (r= -0,193** p<0.01), Oyun bilgisi (r= -0,341** p<0.01), Kültürel değişme (r= -0,338** p<0.01), Estetik değer (r= -0,290** p<0.01), Ölçek Toplam (r=-0,272 p<0.01), negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu görülürken; Aile bağları (r= -0,056; p>0.05), Medya etkisi (r= 0,025; p>0.05), Bahis imkanları (r= -0,067; p>0.05), arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir.

Tablo 11: Yaş ile içsel güdü toplam ve alt boyut puanları arasındaki ilişki Analizi

Yaş	Milli duygulanım	Spor tutkusu	Rekabet duygusu	Tarafarlık	Yerel bağlılık	Beceri Düzeyi	Rahatlama	Ölçek toplam
yaş	r	,121*	,101	,075	,070	,075	,038	,047
	p	,027	,065	,173	,205	,169	,491	,389
	n	334	334	334	334	334	334	334

Tablo 11’ e göre Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin yaş puanları ile milli duygular (r= 0,121* p<0.01), alt boyut puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Spor tutkusu (r= 0,101; p>0.05), rekabet duygusu (r= 0,075; p>0.05), tarafarlık (r= 0,070; p>0.05), yerel bağlılık (r= 0,075; p>0.05), beceri düzeyi (r= 0,038; p>0.05), rahatlama (r= 0,047; p>0.05), alt boyut puanları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir (p>0.05).

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırma Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin dışsal ve içsel katılım güdülerini belirleyerek bu güdülerin seyircilerin cinsiyet, gelir durumu, katılım sağlanan bölge faktörlerine göre farklılaşma durumlarını, yaş faktörüne göre ilişki durumunu saptamak üzere yürütülmektedir.

Araştırmanın ilk problemi: Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin dışsal güdü toplam ve alt boyut puan dağılımları cinsiyet durumuna göre farklılaşma var mıdır? Araştırma bulgularına göre dışsal güdü ölçeği toplam ve alt boyut puanlarının cinsiyet değişkenine göre kadın katılımcılar lehine anlamlı olarak farklılaştığı görülmektedir. Elde edilen bulgular, kadınların spor müsabakalarını izlemek için erkeklere göre daha fazla motivasyona sahip olduklarını söylemek mümkündür. Konya İslami Dayanışma Oyunlarında erkek seyirci kitlesinin yoğun olduğu futbol dışında basketbol, voleybol, atletizm, masa tenisi ve yüzme gibi kadın seyircilerin de etkin katılım gösterdiği branşların yer alması böyle bir sonuca etki ettiği söylenebilir. Doğal şartlarda böyle bir durumun erkekler lehine olması beklenirken çıkan bu sonucu toplumsal cinsiyetin yeniden üretilmesine bağlayabiliriz. Toplumsal cinsiyetin yeniden üretilmesi, kadın ve erkek arasındaki toplumsal ve kültürel farklılıkların yeniden şekillenmesi ile ilişkili bir durumdur. Toplumsal cinsiyet rollerinin aksine toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik algı ve yaklaşımların kadın lehine değişmesi araştırmanın sonuçlarıyla ilişkilendirilebilir. Literatür incelendiğinde genel olarak bu farklılığın iki yönlü yani hem kadınlar hem de erkekler lehine olduğu görülmektedir. Arıkan, (2000); Salman, (2008) ve Üzümlü, vd.,(2014) yaptıkları araştırmada cinsiyet ile spor izleyicisi arasında anlamlı bir bağ olduğunu ve erkeklerin spor izleme motivasyonlarının kadınlardan daha yüksek olduğunu vurgulamışlardır. Günay ve Bener, (2011) bu durumu, erkeklerin kadınlara göre spor ile daha içli dışlı olmalarına ve kadınların toplumsal cinsiyet rollerinden dolayı spor etkinlikleri gibi ortak tüketim alanlarını ailelerini bütünleştirmek için kullanmalarına bağlamaktadırlar. Öte yandan Wann, (1995) kadınların erkeklere göre izleyici motivasyonlarının daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Dietz-Uhler vd., (2000) ve Armstrong, (2001), kadınların erkeklere göre sosyal ve ailevi güdülerle daha fazla motive olduklarını ortaya koymuşlardır. Benzer şekilde James ve Ridinger, (2002) ve Snelgrove vd., (2008) kadınların aile, sosyal etkileşim ve fiziksel çekicilik gibi dışsal güdülerden daha fazla etkilendiğini öne sürmüşlerdir.

Araştırmanın ikinci problem: Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin içsel güdü toplam ve alt boyut puan dağılımları cinsiyet durumuna göre farklılaşma var mıdır? Araştırma bulgularına göre içsel güdü ölçeği toplam ve alt boyut puanlarının cinsiyet değişkenine göre kadın ve erkek seyirciler arasında anlamlı bir farklılık oluşturmadığı görülmektedir. Bu bulguyu, katılımcıların içsel güdülerinden olan milli duygular, rahatlama ve spor tutkusu gibi duyguların benzer düzeyde olmasına bağlayabiliriz. Robinson ve Trail, (2005) kadınların ve erkeklerin izleyici motivasyonlarına yönelik yaptığı araştırmada bilgi boyutu dışında anlamlı farklılık tespit edememesi araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Bununla ilgili olarak Armstrong, 1999; Funk, Mahony & Ridinger, 2002; Hansen ve Gauthier, 1993

yaptıkları çalışmalarda erkek ve kadın seyirci motivasyonlarının benzer olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Araştırmanın üçüncü problem: Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin dışsal güdü ölçeği puan dağılımları gelir durumuna göre farklılaşmakta mıdır? Seyircilerin gelir durumlarına göre dışsal güdü ölçeğine ilişkin puan ortalamalarında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre gelir seviyesi orta ve yüksek düzeyde olan katılımcıların dışsal katılım güdülerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Lopez ve Garate (2012), spora katılım ve spora yapılan harcamalar üzerine yaptıkları araştırmada profesyonel spor dalları ile gelir düzeyi arasında pozitif bir ilişki tespit etmiş ayrıca orta-üst gelir düzeyine sahip bireylerin profesyonel sporlara katılım oranlarının daha yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Bireylerin bu tür müsabakaları izlemek için bilet, yiyecek, içecek ve ulaşım gibi giderleri karşılamaları gerektiğinden belirli düzeyde gelir seviyesine sahip olmaları gerektiği söylenebilir. Nitekim araştırmacılar, spora katılmak için para harcama düzeyi ile seyirci güdülerini arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Benzer şekilde Wann ve Branscombe (1993) tarafından taraftar özdeşleşmesi konusunda yapılan araştırmada, takımlarıyla özdeşleşme oranı yüksek olan bireylerin takımlarını ve ilgili spor olaylarını izleme sıklıklarının daha yüksek olduğu belirtilmektedir. Aynı zamanda bu kişilerin takımları ve ilgili spor branşı için çok para harcadıkları bildirilmektedir. Buna göre İslami Dayanışma Oyunlarına katılan, orta ve üst düzeyde gelir sahibi olan seyircilerin dışsal katılım güdülerinin içsel katılım güdülerinden daha yüksek olduğu söylenebilir. Bu tür seyircilerin genel olarak sosyal paylaşım, kültürel etkileşim ve spor müsabakalarındaki estetik ve etik davranışları görme arzuları ile hareket ettikleri söylenebilir.

Araştırmanın dördüncü problemi: Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin içsel güdü ölçeği puan dağılımları gelir durumuna göre farklılaşmakta mıdır? Seyircilerin gelir durumlarına göre içsel güdü ölçeğine ilişkin puan ortalamalarının yüksek olduğu fakat anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmektedir. Bu durumu, seyircilerin gelir durumu ne olursa olsun milli duygular, takım bağlılığı ve sadakat, sporu ve rekabeti sevmeye gibi içsel süreçler böyle bir sonucu ortaya çıkarmış olabilir.

Araştırmanın beşinci ve altıncı problemi: Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin dışsal ve içsel güdü ölçeği puan dağılımları katılım sağlanan bölgeye göre farklılaşmakta mıdır? Konya İslami Dayanışma oyunlarına katılan seyircilerin katılım sağladıkları bölge değişkenine göre dışsal güdü düzeylerine ilişkin ölçek puan ortalamalarında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Ancak Tamhane puan ortalamaları incelendiğinde ise gruplar arasında anlamlı farklılığın bulunmadığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde seyircilerin katılım sağladıkları bölge değişkenine göre içsel güdü düzeylerine ilişkin ölçek puan ortalamalarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Ayrıca içsel ve dışsal ölçek puan ortalamalarının orta düzeyin üstünde ve yüksek düzeyde olması, seyircilerin dışsal ve içsel güdü düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Bu durumla ilgili olarak İslami oyunlara seyirci olarak katılım sağlayan bireylerin birbirine benzer güdülere sahip oldukları söylenebilir. Diğer bir ifade ile öncelikle milli duygular, spor

tutkusu, sosyal ve kültürel etkileşim, rahatlama, taraftarlık, aile bağları gibi içsel ve dışsal güdülerin benzer ve yüksek düzeyde olması katılımcıların mesafe gözetmeksizin farklı bölgelerden katılım sağlamalarına neden olmuştur şeklinde yorumlanabilir. Dolayısıyla İslami Dayanışma Oyunlarında ülkemizi temsil eden takım ve sporcuların yoğun bir şekilde katılım göstermesi spor seyircilerinin katılım motivasyonlarını artırdığı söylenebilir. Ağkurt, (2018) ve Makul, vd., (2023) yaptıkları araştırmada spora katılım açısından “ikamet edilen yer” değişkenine göre katılımcılar arasında anlamlı düzeyde farklılık olmadığını ortaya koymaları araştırmamızın sonuçlarıyla uyusmamaktadır. Yaptığımız araştırmada Konya İslami Dayanışma Oyunlarına bir çok branşın ve farklı ülkelerden çok sayıda sporunun katılımı seyircilerin dışsal katılım güdülerini artırdığı söylenebilir.

Araştırmanın yedinci problemi: Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin dışsal ve içsel güdü ölçeği toplam ve alt boyut puan dağılımları ile yaş değişkeni puan dağılımları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır? Araştırma bulgularına göre Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyircilerin dışsal güdü ölçeği puanları ile yaş değişkeni arasındaki ilişkide “sosyal paylaşım, popülerite, etik değer, oyun bilgisi, kültürel değişme, estetik değer ve ölçek toplam puanları arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki görülmektedir. Diğer bir ifade ile katılımcıların yaşı arttıkça spora katılım güdülerini azalmaktadır. Bu da genç katılımcıların etkinlik atmosferini yaşama, kültürel ve sosyal paylaşım gibi beklentilerinin yüksek olduğu söylenebilir. İçsel güdü ölçeğine göre ise sadece yaş puanları ile milli duygular alt boyutunda pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Literatür incelendiğinde seyircilerin tüketim davranışlarında yaş faktörünün etkileyici bir unsur olduğu görülmektedir (Mehus, 2005; Salman, 2008). Wann vd., (1999) bireylerin yaşı azaldıkça spora katılım ve tüketim güdülerinin arttığını ifade ederek, yaş ile seyirci katılım güdüsü arasındaki negatif yönü vurgulamışlardır. Mehus, (2005)’ te spor müsabakalarını izleyen bireyler üzerinde yaptığı araştırmasında özellikle yaşın sosyalleşme güdülerini üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde Salman, (2008) yaş’ın taraftarların motivasyon düzeyleri üzerinde etkili olduğunu ifade etmiştir. Bu etki özellikle arkadaşlarla keyifli vakit geçirme (sosyal paylaşım) dışsal katılım güdüsü ile yaş arasındaki ilişkiyi destekler mahiyettedir. Araştırma sonuçlarının aksine yaş ile spora katılım güdülerini arasında pozitif yönlü ilişkilerin olduğunu ortaya koyan çalışmalarda mevcuttur (Korkutata, 2016; Yalçın, 2017). Öte yandan Kaman vd., (2017) ve Temel, (2018) elde ettikleri sonuçlara göre yaş ile spora katılım güdülerini arasında anlamlı ilişkilerin olmadığını ortaya koymuşlardır. Literatürde yaş ile seyirci katılım güdülerini arasındaki ilişki ile ilgili araştırma sonuçlarının farklılık gösterdiği görülmektedir. Bu durumu araştırma gruplarının farklılaşmasına, kişisel ve kültürel farklılıklara, ihtiyaçlara ve spor kültüründeki değişime bağlayabiliriz.

Öneriler: Bu araştırma Konya İslami Dayanışma Oyunlarına katılan seyirciler örnekleminde katılımcıların dışsal ve içsel katılım güdülerine göre cinsiyet, gelir durumu, katılım sağlanan bölge faktörlerine göre farklılaşma durumlarını, yaş faktörüne göre ilişki durumunu saptamak üzere yürütülmüştür. Araştırmada Konya İslami Oyunlara katılan seyirciler örneklem grubu olarak seçilmiştir. Gelecek araştırmalarda farklı mega spor organizasyonlarında bu tür

araştırmaların karşılaştırmalı olarak yapılması; sporcu, antrenör ve yönetici örnekleminde çalışılması alana katkı açısından önemli görülmektedir.

Sonuç: Elde edilen sonuçlara göre dışsal güdü ölçeği toplam puana göre cinsiyet değişkeninde kadınlar lehine, ölçeğin sosyal paylaşım, etik değer, oyun bilgisi, kültürel değişme ve estetik değer alt boyutlarında yine kadınlar lehine anlamlı olarak farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Gelir düzeyi değişkeninde dışsal güdü ölçeğine ilişkin ölçek puan ortalamalarında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Ölçeğin sosyal paylaşım, etik değer, oyun bilgisi, kültürel değişme ve estetik değer alt boyutları gruplar ayrımında yapılan “scheffe çoklu karşılaştırma testi” incelendiğinde gruplar arasında anlamlı farklılığın orta gelir ile düşük gelir grubu arasında orta gelir grubun lehine olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Gelir düzeyi değişkeninde içsel güdü ölçeğine ilişkin ölçek toplam ve alt boyut puan ortalamalarında anlamlı farklılık tespit edilememiştir. Dışsal güdü ölçek puan dağılımlarına göre katılım sağlanan bölge değişkeninde puanların anlamlı olarak farklılaştığı ancak Post Hoc çoklu karşılaştırma testlerinden Tamhane puan ortalamaları incelendiğinde ise gruplar arasında anlamlı farklılığın bulunmadığı tespit edilmiştir. Seyircilerin katılım sağladıkları bölge değişkeni durumuna göre içsel güdü düzeylerine ilişkin ölçek toplam ve alt boyut puan ortalamalarında anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir. Ayrıca dışsal güdü ölçeği ile yaş arasındaki ilişkide negatif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilirken; içsel güdü ölçeği ile yaş arasındaki ilişkide sadece milli duygular alt boyutunda pozitif yönlü anlamlı bir ilişki oldu tespit edilmiştir.

Etik Metni: Bu makalede araştırma sürecinde, dergi yazım kurallarına, yayın ilkelerine, araştırma ve yayın etiği kurallarına, dergi etik kurallarına uyulmuştur. Makale ile ilgili doğabilecek her türlü ihlallerde sorumluluk yazara aittir. Çalışmanın gerçekleştirilebilmesi için, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurul Başkanlığı’ndan İnsan Araştırmaları Etik Kurulununun (Protokol NO.2022/507) 26.12.2022 tarihli ve 2022/12 karar sayılı yazısı ile etik kurulu onayı alınmıştır.

Çıkar Çatışması: Bu çalışmada yazarlar arasında herhangi bir kişisel ve finansal çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Yazar Katkı Oranı: Bu çalışmada birinci yazarın katkı oranı %100’ dir.

Referanslar

- Ağkurt, E. (2018). Üniversite öğrencilerinde spora katılımın sosyalleşmeye etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Elazığ: Fırat Üniversitesi.
- Arıkan, A.N. (2000). Farklı branşlardaki spor seyircilerinin sosyo-kültürel profili ve izleyicilik durumları üzerine bir araştırma. Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Armstrong, K.A. (1999). Quest for a market: a profile of the consumers of a professional women’s basketball team and the marketing implications. *Women In Sport And Physical Activity Journal*, 8:103-114.
- Buraimo, B., Forrest, D., & Simmons R. (2007). Freedom of entry, market size, and competitive outcome: evidence from English soccer. *Southern Economic Journal* (74), 204-213.
- Büyükköztürk, Ş. (2012). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Deci, E., & Rya, R. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. New York: Plenum Press.

- Dietz-Uhler, B., Harrick, E., & AC, Jacquemotte. L. (2000). Sex differences in sport fan behavior and reasons for being a sport fan. *Journal of Sport Behavior*, 23, 219-231.
- Eren, E. (2015). Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi. 15.Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Funk, D., Mahony, D., & Ridinger, L. (2002). Characterizing consumer motivation as individual difference factors: Augmenting the Sport Interest Inventory (SII) to explain level of spectator support. *Sport Marketing Quarterly*, 11, 33-43.
- Funk, D.C. (2008). *Consumer behavior in sport and events: marketing action*. Oxford: Elsevier.
- Gauthier, R., & Hansen, H. (1993). Female spectators: marketing implications for professional golf events. *Sport Marketing Quarterly*, 2, 21-28.
- Günay, G., & Bener, O. (2011). Kadınların toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde aile içi yaşamı algılama biçimleri, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 15 (3): 157 – 171.
- Gutmann, A. (1986) *Sport spectators*. New York, Columbia University Pres.
- James, J.D., & Ridinger, L.L. (2002). Female and male sport fans: A comparison of sport consumption motives, *Journal of Sport Behavior*, 25(3), 260-278.
- James, J.D., & Ross, S.D.(2004). Comparing sport consumer motivations across multiple sports. *Sport Marketing Quarterly*, 13 (1), 17-25.
- Kaman, M.B., Gündüz, N., Gevat, C. (2017). Tenis sporcularının spora katılım motivasyonlarının incelenmesi. *Sportmetre*, 15(2), 65-72.
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar Teknikler İlkeler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kazak, Z. (2004). Sporda Güdülenme Ölçeği-SGÖ-nin Türk sporcuları için güvenilirlik ve geçerlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 15 (4), 191-206.
- Korkutata, A. (2016) Participation motivation in sport: A study on taekwondo athletes. *Turkish Journal of Sport and Exercise*, 18(3), 47-55.
- Lopez, F.L., Lopez, A.O., & Garate, M.R. (2012) Sports spectatorship in Spain: Attendance and consumption. *European Sport Management Quarterly*, 12 (3): 265 – 289.
- Makul, M., Kul, M., & Solakumur, A. (2023). Geleneksel Okçuluk Sporcularının Sportif Faaliyetlerindeki Davranışlarına İslam Dininin Etkisinin İncelenmesi, *The Online Journal of Recreation and Sports*, 12(2), 237-257. , 237-257. Doi: <https://doi.org/tojras.1266243>
- 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 – 350
- Milano, M., & Chelladurai P. (2011). Gross domestic sport product: the size of the sport industry in the United States. *Journal of Sport Management* 25(1), 24-35.
- Mullin, B.J., Hardy, S., & Sutton, A.(2007). *Sport marketing*, 3th. Ed. Illinois: Human Kinetics.
- Polat, E. (2013). Spor seyircilerinin spor müsabakalarını seyretme sebeplerinin incelenmesi: Üniversite öğrencileri örneği. Doktora Tezi, Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Polat, E., ve Yalçın, H.B. (2020) Spor Seyircileri için Dışsal ve İçsel Güdü Ölçekleri Kısa Versiyon Uyarlaması ve Çok Değişkenli İlişkisel Bir Uygulama. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5 (1): 111-129.
- Robbins, S.P. (1992). *Essentials of organizational behaviour*. 3rd Ed., New Jersey: Prentice Hall.
- Robinson, M.J., & Trail, G.T. (2005). Relationships among spectator gender, motives, points of attachment, and sport preference. *Journal of Sport Management*, 19, 58-71.
- Salman, G.G. (2008). Profesyonel futbol kulüplerinin hizmet kalitesi ile taraftar memnuniyeti ve taraftar tipolojileri arasındaki ilişki. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Schwarz, E.C., & Hunter, J.D. (2008). *Advanced theory and practice in sport marketing*. San Diego: Elsevier Inc.
- Shank, M. D. (2005). *Sport marketing: A strategic perspective*. 3rd. Ed. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Smith, ACT. (2008). *Introduction to sport marketing*. Oxford: Elsevier Inc.
- Snelgrove, R., Taks, M., & Chalip, L., ve ark. (2008). How visitors and locals at a sport event differ in motives and identity. *Journal of Sport & Tourism*, 13 (3), 165-180.
- Sutton, W.A., McDonald, M.A., Milne, G.R., & Cimperman, J. (1997). Creating and fostering fan identification in professional sports. *Sports Marketing Quarterly*, 6 (1), 15-22.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics (Sixth edition)*. United States: Pearson Education.
- Temel, V. (2018). Masa Tenisi ve Wushu sporcularının spora katılım güdüleri. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 23(3), 143-152.
- Trail, G.T., & James, J.D. (2001). The motivation scale for sport consumption: Assessment of the scales psychometric properties. *Journal of Sport Behavior*, 24(1), 108-127.
- Trail, G.T., James, J.D., & Fink, ISA. (2000). Theoretical model of sport spectator consumption behavior. *International Journal of Sport Management*, 1(3), 154-180.
- Üzüm, H., Osmanoğlu, H., Özen, G., Polat, E., & Sönmezoğlu, U. (2014). Study on Motives of University Students for Watching Sport Events (Sırnak Province Case Study). *International Journal of Sport Culture and Science*, 2 (Special Issue 1): 241-254.
- Varinli, İ., & Çakır, E. (1999). Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler ve Çamaşır Deterjanı Üzerine Bir Uygulama”, *Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi* 14, 92-111.
- Wann, D.L. (1995). Preliminary validation of the sport fan motivation scale. *Journal of Sport and Social Issues*, 19(1), 337-396.
- Wann, D.L., & Branscombe, N. (1993). Sport fans: measuring degree of identification with their team. *International Journal of Sport Psychology*, 24, 1-17.
- Wann, D.L., Schrader, MP., & Wilson, AM. (1999). Sport fan motivation: Questionnaire validation, comparisons, by sport, and relationship to athletic motivation. *Journal of Sport Behavior* 22,114-139.
- Yalçın, İ., Turgut, M., Gacar, A., ve ark. (2017). Beden eğitimi ve spor yüksekokulunda öğrenim gören kadın sporcuların spora katılım motivasyonlarının bazı değişkenlere göre araştırılması. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 3(Special Issue 2), 201-210.

EXTENDED ABSTRACT

Research Problem: The aim of the research is to reveal the difference levels of the internal and external participation motives of the audience participating in the Konya Islamic Solidarity Games according to the gender, income level, city and age variables. In this context, the main problem of the research is: Does the score distribution of the internal and external motivations of the audience participating in the Konya Islamic games differ significantly according to gender, income level, region of participation and age? It is in the form.

Research Problems: Is there a difference in the extrinsic motivation total and sub-dimension score distribution of the spectators participating in the Konya Islamic games according to gender?

Is there a difference in the intrinsic motivation total and sub-dimension score distributions of the audience participating in the Konya Islamic games according to gender?

Is there a difference in the internal motivation total and sub-dimension score distributions of the spectators participating in the Konya Islamic games according to their income status?

Is there a difference in the extrinsic motivation total and sub-dimension score distributions of the spectators participating in the Konya Islamic games according to their income status?

Is there a difference in the extrinsic motivation total score distributions of the spectators participating in the Konya Islamic games according to the state of the participating region?

Is there a difference in the internal motivation total score distributions of the spectators participating in the Konya Islamic games according to the state of the participating region?

Is there a significant relationship between the external and internal motivation total and sub-dimension score distributions and the age variable score distributions of the spectators participating in Konya Islamic games?

Literature Review: One of the most important factors in an individual's consumption decision is motivation. Motivation, which is an important concept in the explanation of consumer behavior, can be defined as the willingness of the individual to perform an action in line with his needs and wishes, and all the efforts made to satisfy this desire (Eren, 2015; Robbins, 1992). At this point, purchasing behaviors emerge with the effects of both the consumer's needs, motives, learning process, perceptions, attitudes and beliefs (internal) and the culture, social class, reference group and family (external) existing in the society in which the person lives. The activities of the enterprises significantly affect and direct these behaviors (Varinli ve Çakır, 1999).

Looking at the concept of sports consumer, it is defined as a person or group that directly or indirectly buys and uses sports or sports products. Sports consumer groups, which are defined as the final consumer of the sports product obtained, include sports products consumers (sports-related equipment, clothing, magazines, etc.), sports services consumers (those who watch or participate in sports activities), sports participants and volunteers (those who support sports

activities) and sports fans. (listeners, followers from radio or television) (Funk, 2008; Smith, 2008). Sports viewers/fans are one of the most important consumer groups in the sports industry. Individuals who watch a sporting event and spend time watching sport in their spare time are defined as sport spectators (Trail et al., 2000). However, Guttman (1986) defined sports audience as anyone who watches a sports event on-site (live) or through visual media such as film or television. Another issue related to the passive consumption of sports is being a supporter. The hall/sports area divides the sports spectators and fans according to their degree of commitment to their teams and players (Trail and James, 2001.) Therefore, fans are organized sports consumers. Fans have been divided into various categories in research on the level of fandom. For example, in a conceptual study conducted by Sutton et al. (1997), advocacy was divided into three groups as low, medium and high, while the concepts of "temporary adherents, local supporters, loyal supporters, fanatical adherents, and dysfunctional adherents" were used.

Many sports organizations are held in Turkey and all over the world. The main purpose in such organizations is always to reach more consumers/mass. However, in our country, it is thought that such organizations attract low attention and cannot reach sufficient consumer mass. Considering that the marketing approach is a consumer-oriented structure, it is extremely important for every salesperson to know who the product appeals to, regardless of the product. Thus, the reason for the positive and negative attitudes of the target audience can be easily determined. In the light of these explanations, clearly revealing the factors (motives) affecting the behavior of sports consumers (spectators) can provide important benefits in the planning of future sports events, as well as increasing the consumption intensity in sports events (Polat, 2013). Considering the studies conducted in the international literature, it is seen that many consumption motives consisting of different dimensions such as success, knowledge, skill, aesthetics, family, commitment, drama, escape, entertainment, culture, social relationship and entertainment are included (Mullin, 2007; Shank, 2005; Smith, 2008; Schwarz and Hunter, 2008). The motives mentioned above show that consumer motives are complex. It is of critical importance for the sports industry to understand how and at what level sports consumers are motivated when purchasing sports-related services and products in relation to this complex process (Smith, 2008). Regarding this situation, James and Ross (2004) stated that the correct understanding of the motivations of the sports spectators to watch the sport, the promotion efforts of the sports marketers will be carried out effectively, and this will increase the rate of watching the sport.

Methods: Relational survey method, one of the quantitative research methods, was used in the research. From the audience participating in the Konya Islamic solidarity games It was obtained from a total of 334 athletes, 149 women and 185 men, aged 18 and over, by using convenient sampling method and face-to-face survey technique. All of the data of the study were collected by applying a face-to-face questionnaire to the participants. In the research; To determine the external and internal participation motives of the audience, Polat, E. and Yalçın, H.B. (2020) "Extrinsic and Intrinsic Motivation for Sports Spectators" scales were used. The extrinsic motivation

scale consists of 25 items and 9 sub-dimensions. In the research, Polat, E. and Yalçın, H.B. (2020) "External and Intrinsic Motivation for Sports Spectators" scales were used to determine the external and internal participation motives of the spectators. The extrinsic motivation scale consists of 25 items and 9 sub-dimensions. In the analyses, the single normality distributions were determined by taking into account the kurtosis- skewness (+1.5 to -1.5) values. The distribution of demographic characteristics of the audience is shown in the findings section with frequency and percentage. Relational screening method was used in the research. The differences between the variables were determined by the T test and ANOVA, and the correlation between the dependent and independent variables was determined by the correlation test. The statistical significance value in the analyzes was interpreted using the ($p < 0.05$) criterion.

Result and Conclusions: According to the research findings, it is seen that the total and sub-dimension scores of the extrinsic motivation scale differ significantly in favor of female participants according to the gender variable. According to the findings, it is possible to say that women have more motivation to watch sports competitions than men. It can be said that the participation of branches such as basketball, volleyball, athletics, table tennis and swimming in which women are active, apart from football, which has a large male audience, has an impact on such a result. While such a situation is expected to be in favor of men under natural conditions, we can attribute this result to the reproduction of gender. The reproduction of gender is related to the reshaping of social and cultural differences between men and women. Contrary to gender roles, the change in perceptions and approaches towards gender equality in favor of women can be associated with the results of the research. When the literature is examined, it is seen that this difference is generally in favor of both women and men. Arıkan, (2000); Salman, (2008) and Üzümlü, et al., (2014) emphasized in their research that there is a significant link between gender and sports audience, and that men's motivation to watch sports is higher than women's. Günay and Bener (2011) attribute this to the fact that men are more involved with sports than women and that women use common consumption areas such as sports activities to integrate their families due to their gender roles. On the other hand, Wann (1995) found that women have higher audience motivation than men. Dietz-Uhler et al., (2000) and Armstrong, (2001) revealed that women are more motivated by social and familial motives than men. Similarly, James and Ridinger (2002); Snelgrove et al., (2008) suggested that women are more affected by external motives such as family, social interaction and physical attraction. The second problem of the research: Is there a difference in the intrinsic motivation total and sub-dimension score distributions of the audience participating in the Konya Islamic Solidarity Games according to gender? According to

the research findings, it is seen that the total and sub-dimension scores of the intrinsic motivation scale do not create a significant difference between male and female audiences according to the gender variable. We can attribute this finding to the fact that the internal motivations of the participants, such as national feelings, relaxation and passion for sports, were at a similar level. The fact that Robinson and Trail (2005) did not detect a significant difference other than the knowledge dimension in their study on the audience motivations of women and men is similar to the results of the research. Related to this, Armstrong, 1999; Funk, Mahony & Ridinger, 2002; Hansen & Gauthier, 1993, concluded in their study that male and female audience motivations are similar.

Is there a significant relationship between the total and sub-dimension score distributions of the external and internal motivation scale of the audience participating in the Konya Islamic Solidarity Games and the age variable score distributions? According to the research findings, there is a negative significant relationship between the extrinsic motivation scale scores of the audience participating in the Konya Islamic Solidarity Games and the age variable, "Social sharing, Popularity, Ethical value, Game knowledge, Cultural change, Aesthetic value and Scale total scores. In other words, as the age of the participants increases, their motivation to participate in sports decreases. This means that young participants have high expectations of experiencing the event atmosphere and cultural and social sharing. According to the intrinsic motivation scale, only age scores and national feelings sub-dimension were positively and significantly correlated. When the literature is examined, it is seen that the age factor is an impressive factor in the consumption behaviors of the audience (Mehus, 2005; Salman, 2008). Wann et al., (1999) emphasized the negative aspect between age and audience participation motivation, expressing that as the age of individuals decreases, their motivation to participate in sports and consumption increases. Mehus (2005), in his research on individuals watching sports competitions, revealed that age is especially effective on socialization motives. Similarly, Salman (2008) stated that age has an effect on the motivation levels of the fans. This effect supports the relationship between age and extrinsic participation motivation, especially having a good time with friends (social sharing). Contrary to the results of the research, there are studies showing that there are positive relationships between age and motivation to participate in sports (Korkutata, 2016; Yalçın et al., 2017). On the other hand, Kaman et al., (2017) and Temel, (2018) revealed that there is no significant relationship between age and motivation to participate in sports, according to their results. In the literature, the results of the research on the relationship between age and audience participation motives differ; research groups to differentiate We can attribute it to personal and cultural differences, needs and changes in sports culture.