

HAYRANLIK ÖLÇEĞİ TÜRKÇE FORMU:  
GEÇERLİK VE GÜVENİRLİK ÇALIŞMASI <sup>1</sup>TURKISH VERSION OF FANSHIP SCALE (FS): THE STUDY OF  
VALIDITY AND RELIABILITY*Ahmet AKIN<sup>1</sup>, Abdullah YALNIZ<sup>2</sup>, Gazanfer ANLI<sup>3</sup>, Halime EKER<sup>4</sup>**<sup>1-2-3-4</sup>Sakarya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışma ABD*

**Öz:** Bu araştırmanın amacı Hayranlık Ölçeğini (Rey- sen & Branscombe, 2010) Türkçe'ye uyarlamaktır. Araştırma 293 üniversite öğrencisi üzerinde yürü- tülmüştür. Doğrulayıcı faktör analizinde tek boyutlu modelin iyi uyum verdiği görülmüştür ( $\chi^2= 109.33$ ,  $sd= 43$ ,  $RMSEA= .073$ ,  $CFI= .97$ ,  $IFI= .97$ ,  $GFI= .94$ ,  $SRMR= .050$ ). Ölçeğin madde toplam korelasyon katsayıları .37 ile .73 arasında sıralanmaktadır. Ölçe- ğin Cronbach alfa iç tutarlık güvenirlik katsayısı .84 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar Hayranlık Ölçeği Türkçe formunun geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Hayranlık, Geçerlik, Güvenirlik, Doğrulayıcı Faktör Analizi

**Abstract:** The aim of this research is to examine the validity and reliability of the Turkish version of the Fanship Scale (Reyssen & Branscombe, 2010). Participants were 293 undergraduate students. Fit index values of the uni-dimensional Fanship model were:  $\chi^2= 109.33$ ,  $df= 43$ ,  $RMSEA= .073$ ,  $CFI= .97$ ,  $IFI= .94$ ,  $GFI= .97$ ,  $SRMR= .050$ . Corrected item- total correlations ranged .37 to .73. Cronbach alpha internal consistency reliability coefficient of the scale was .84. Thus Fanship Scale can be used as a valid and reliable instrument.

**Key Words:** Fanship, Validity, Reliability, Confirma- tory Factor Analysis

*Doi: 10.17360/UHPPD.2015310993*

(1) *Sorumlu Yazar: Ahmet AKIN, Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Rehberlik ve Psikolojik Danışma A.D. Sakarya / Türkiye aakin@sakarya.edu.tr Geliş Tarihi / Received: 13.01.2015 Kabul Tarihi/ Accepted: 29.05.2015 Makalenin Türü: Type of article (Araştırma – Uygulama / Research -Application) Çıkar Çatışması / Conflict of Interest: Yok / None “Etik Kurul Raporu Yok - None of Ethics Committee”*



UHPPD

www.uhpdergisi.com

ULUSLARARASI HAKEMLİ PSİKİYATRİ ve PSİKOLOJİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Mayıs / Haziran / Temmuz / Ağustos 2015 Sayı: 03 Cilt: 02 İlkbahar Yaz

INTERNATIONAL JOURNAL OF PSYCHIATRY AND PSYCHOLOGICAL RESEARCHES

May / June / July / August 2015 Issue: 03 Volume: 02 Spring Summer

JEL KODU: I0-I12 ID:17 K:27

ISSN 2148-8215 ONLINE ISSN:2149-2506

(ISO 9001-2008 Belge No: 12879 & ISO 14001- 2004 Belge No: 12880)

(Marka Patent – Trademark Patent)

(2015/04312-2015-GE-18968)

## 1. GİRİŞ

Psikoloji sahasında hayranlık kavramına ilişkin yürütülen güncel araştırmalar, sportif hayranlık ve spor taraftarlığı üzerine yoğunlaşmıştır. Türkiye’de özellikle futbol, seyircilik ve taraftarlık üzerine son yıllarda önemli miktarda özgün bir literatürün hem ülkedeki futbol pratiğiyle ilgili yapıtlarla, hem de çevirilerle oluştuğu belirtilebilir (Aydın vd., 2008: 209). Ancak sportif takım hayranlığı ve spor taraftarlığı dışındaki hayranlık biçimlerini inceleyen çalışmalar, alan yazında az sayıda yer almaktadır.

Bireyin ilgi alanları, hayranlık duyduğu unsurlardan oluşur. Örneğin bir futbol takımını çok seven kişi, sürekli o takımı takip eder ve her türlü özelliğiyle ilgilenir. Kişinin ilgilendiği ve hayranlık duyduğu unsurlar; belli bir grup, bir sportif aktivite, bir TV programı, bir aktris, bir yazar, bir film veya bir etkinlik olabilir. Birey, herhangi bir ilgi alanına yönelik heyecanlı, coşkulu ve istikrarlı bir biçimde hayranlık duyuyorsa “hayran” olarak kabul edilebilir. Dolayısıyla hayranlık kavramı, yalnızca spor takımlarına ya da ünlülere özgü değil; birçok ilgi alanından herhangi birine adanmış bireyleri tanımlamak için kullanılabilir (Reysen & Branscombe, 2010: 177).

Bireyin bir spor takımına (veya gruba) olan duygusal bağlılığı “hayranlık” kavramını; o spor takımının hayranı olan diğer bireylerle arasındaki bağlantısı ise hayran grubunu (fan) ifade etmekte-

dir. Bir başka deyişle hayranlık nesnenin kendisi ile hayran grubu (fan) ise nesnenin diğerleriyle kurduğu bağlantı ile tanımlanmaktadır (Reysen & Branscombe, 2010). Bu bağlamda bireysel kimlik tanımlaması olan “hayranlık” ile sosyal kimlik tanımlaması olan hayran grubu (taraftar, fan) arasında ayırım yapılmaktadır (Simon, 2004).

Sportif aktivitelerde, faaliyetin kendisine veya spor takımına hayranlık duyan bireyler olmaktadır. Örneğin futbol açısından ele alınacak olursa; takıma bağlı olan, onu ya da sporcularını takip eden, onlara olumlu duygular besleyen, onları destekleyen ve futbolla ilgili arzularını bu şekilde karşılayan kişiye “taraftar” denilmektedir (Ars-lanoğlu, 2005). Bu bağlamda seyirlik oyunlar arasında en çok ilgiyi gören ve büyük bir hayran kitlesi tarafından takip edilen futbol, toplumun tümünden ilgi görmektedir hatta zaman zaman çeşitli toplumsal olayların meydana gelmesine neden olmaktadır (Türksoy vd., 2003: 94).

Taraftar kavramı, bireylerin takip ettikleri takımı sevmeleri, ona duygusal olarak bağlanmaları ve kimliklerini o takıma olan aidiyetleri üzerinden tanımlamaları olarak ifade edilmektedir. Taraftarlar kimi zaman özel yaşamlarındaki hayallerini ve başarıyı tatmaya ilişkin umutlarını tuttukları takımın başarıları ile karşılama amacını taşımaktadır (Yüksel vd., 1998).

Spor taraftarları (hayranları, fanları) kendilerini karşı takım taraftarına göre konumlandırmakta,



UHPPD

www.uhpdergisi.com

ULUSLARARASI HAKEMLİ PSİKİYATRİ ve PSİKOLOJİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ  
Mayıs / Haziran / Temmuz / Ağustos 2015 Sayı: 03 Cilt: 02 İlkbahar Yaz  
INTERNATIONAL JOURNAL OF PSYCHIATRY AND PSYCHOLOGICAL RESEARCHES

May / June / July / August 2015 Issue: 03 Volume: 02 Spring Summer

JEL KODU: İ0-İ12 İD:17 K:27

ISSN 2148-8215 ONLINE ISSN:2149-2506

(ISO 9001-2008 Belge No: 12879 & ISO 14001- 2004 Belge No: 12880)

(Marka Patent – Trademark Patent)

(2015/04312-2015-GE-18968)

kimliklerini “biz” ve “onlar” şeklinde kategorize etmektedir. Bu ayırım bazı durumlarda son derece keskin bir hal alabilmekte ve belli bir taraftar grubuna ait olan insanlar, takımlarına olan desteklerini “canım feda olsun sana” biçiminde ifade edebilmektedir. Bu durumda taraftarlar, diğer taraftar grubuna karşı kendilerini önemli bir grup kimliği içerisinde görmektedir. Nitekim herhangi bir ilgi alanına yönelik heyecanlı, coşkulu ve sadık bir şekilde bağlı olan bir kimse “hayran” olarak kabul edilebilmektedir (Reysen & Branscombe, 2010: 177).

Spor taraftarları ve diğer konuların hayranları (taraftarları) arasındaki benzerlikler ile farklılıkları hayranlık ve hayran gruplarıyla ilişkilendirerek saptamak amacıyla çalışma yürüten Reysen ve Branscombe (2010: 186) hayranlık duyulan ilgi alanlarını spor, müzik, medya ve hobiler olmak üzere dört kategoriye ayırmıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğunu hayran grupları (fan) oluşturmaktadır. Çalışma sonucunda erkeklerin grup aidiyetini kadınlara göre daha yüksek düzeyde değerlendirdikleri görülmüştür. Ayrıca hayranlık ile aidiyet, grup kimliği ve kolektif mutluluk arasında pozitif ilişki saptanmıştır. Araştırma kapsamında spor taraftarlığıyla diğer hayranlık ve taraftarlık türlerinin benzer özellikler taşıdığı belirlenmiştir. Bu nedenle spor kavramı, toplum üzerindeki etkisini her geçen gün daha fazla arttırmasıyla günümüzün önemli toplumsal

olgularından biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Ayca vd., 2009: 169).

Hayranlık kavramıyla ilgili psikoloji literatüründe Türkçe olarak hazırlanmış az sayıda çalışmaya ulaşılabilmektedir ve bu çalışmalar daha çok sportif aktiviteler kapsamındaki hayranlık üzerine yoğunlaşmıştır. Ancak yurtdışında bu konuyla ilgili farklı alanlardaki hayranlık üzerine çalışmalar yapılmakta, bu çalışmalar halen devam etmekte ve psikoloji sahasında çalışmalar yürüten araştırmacılar tarafından hayranlık ve hayran psikolojisi kavramları incelenmektedir. Bu çalışmanın amacı Türk kültürüne uygun ve Türkiye’de kullanılacak bir hayranlık ölçeği uyarlayarak, bu ölçeğin geçerlik ve güvenilirliğini incelemektir. Bu çalışmanın gelecekte yapılacak araştırmalar için örnek oluşturacağı ve önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

## 2. YÖNTEM

### 2.1 Araştırma Grubu

Ölçeğin Türkçe formunun geçerlik ve güvenilirlik analizleri, 293 üniversite öğrencisinden edilen veriler üzerinde yürütülmüştür. Katılımcıların yaşları 18 ile 29 arasında değişmektedir.

### 2.2. Ölçme Araçları

**2.2.1 Hayranlık Ölçeği:** Hayranlık Ölçeği Reysen ve Branscombe (2010) tarafından geliştirilmiş tek boyutlu bir ölçme aracıdır. 11 maddeden oluşan



UHPPD

www.uhpdergisi.com

ULUSLARARASI HAKEMLİ PSİKİYATRİ ve PSİKOLOJİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ  
Mayıs / Haziran / Temmuz / Ağustos 2015 Sayı: 03 Cilt: 02 İlkbahar Yaz  
INTERNATIONAL JOURNAL OF PSYCHIATRY AND PSYCHOLOGICAL RESEARCHES

May / June / July / August 2015 Issue: 03 Volume: 02 Spring Summer

JEL KODU: I0-I12 ID:17 K:27

ISSN 2148-8215 ONLINE ISSN:2149-2506

(ISO 9001-2008 Belge No: 12879 & ISO 14001- 2004 Belge No: 12880)

( Marka Patent – Trademark Patent)

(2015/04312-2015-GE-18968)

bu ölçek, 9’lu likert tipi bir derecelendirmeye (1 Kesinlikle katılmıyorum – 9 Kesinlikle katılıyorum) sahiptir. Ölçekte 4. madde ters kodlanmaktadır. Yükselen puanlar bireylerin hayranlık düzeyinin yükseldiğini göstermektedir. Ölçeğin 11 maddesi toplam varyansın %42’sini açıklamaktadır. Ölçeğin Cronbach alfa iç tutarlılık güvenilirlik katsayısı .90 olarak bulunmuştur.

### 2.3 İşlem

İlk olarak, ölçeği uyarlamak için elektronik posta yoluyla izin alınmıştır. Öncelikle ölçek 2 öğretim üyesi tarafından önce Türkçeye çevrilmiş, daha sonra tekrar İngilizceye çevrilerek, çeviri ile orijinal form arasındaki tutarlılık incelenmiş ve denemelik Türkçe form elde edilmiştir. Daha sonra Türkçe form eğitim bilimleri anabilim dalında görev yapan 3 öğretim elemanı tarafından tartışılarak düzeltmeler yapılmış ve ölçeğe son şekli verilmiştir. Hayranlık Ölçeği’nin yapı geçerliğinin incelenmesi amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Hayranlık Ölçeği’nin güvenilirliği Cronbach alfa iç tutarlık, madde analizi ise düzeltilmiş madde-toplam korelasyonuyla incelenmiştir. Geçerlik ve güvenilirlik analizleri için SPSS 20.0 ve LISREL8.54 (Jöreskog ve Sorbom, 1996) programları kullanılmıştır.

## 3. BULGULAR

### 3.1 Madde Analizi ve Güvenirlik

Hayranlık Ölçeği’nin maddelerinin ayırt etme gücünü belirlemek amacıyla madde analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, ölçeğin düzeltilmiş madde toplam korelasyon katsayılarının .37 ile .73 arasında sıralandığı görülmüştür. Ölçeğin Cronbach alfa iç tutarlık güvenilirlik katsayısı .84 olarak hesaplanmıştır. Bulgular Tablo 1’de sunulmuştur.

**Tablo 1. Hayranlık Ölçeği Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyon Katsayıları**

Madde No	<i>r<sub>jx</sub></i>
1	.55
2	.57
3	.37
4	-.02
5	.43
6	.68
7	.57
8	.73
9	.63
10	.73
11	.57

### 3.2 Yapı Geçerliği

Hayranlık Ölçeği’nin yapı geçerliği için ölçeğin orijinal formunda bulunan faktörlerin doğrulanması amacıyla DFA uygulanmıştır. Ölçeğin yapı geçerliği için uygulanan doğrulayıcı faktör analizinde 11 maddeden oluşan, tek boyutlu Hayranlık Ölçeğinin iyi uyum verdiği görülmüştür ( $\chi^2= 109.33$ ,  $sd=$



UHPD

www.uhpdergisi.com

ULUSLARARASI HAKEMLİ PSİKİYATRİ ve PSİKOLOJİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ  
Mayıs / Haziran / Temmuz / Ağustos 2015 Sayı: 03 Cilt: 02 İlkbahar Yaz  
INTERNATIONAL JOURNAL OF PSYCHIATRY AND PSYCHOLOGICAL RESEARCHES

May / June / July / August 2015 Issue: 03 Volume: 02 Spring Summer

JEL KODU: I0-I12 ID:17 K:27

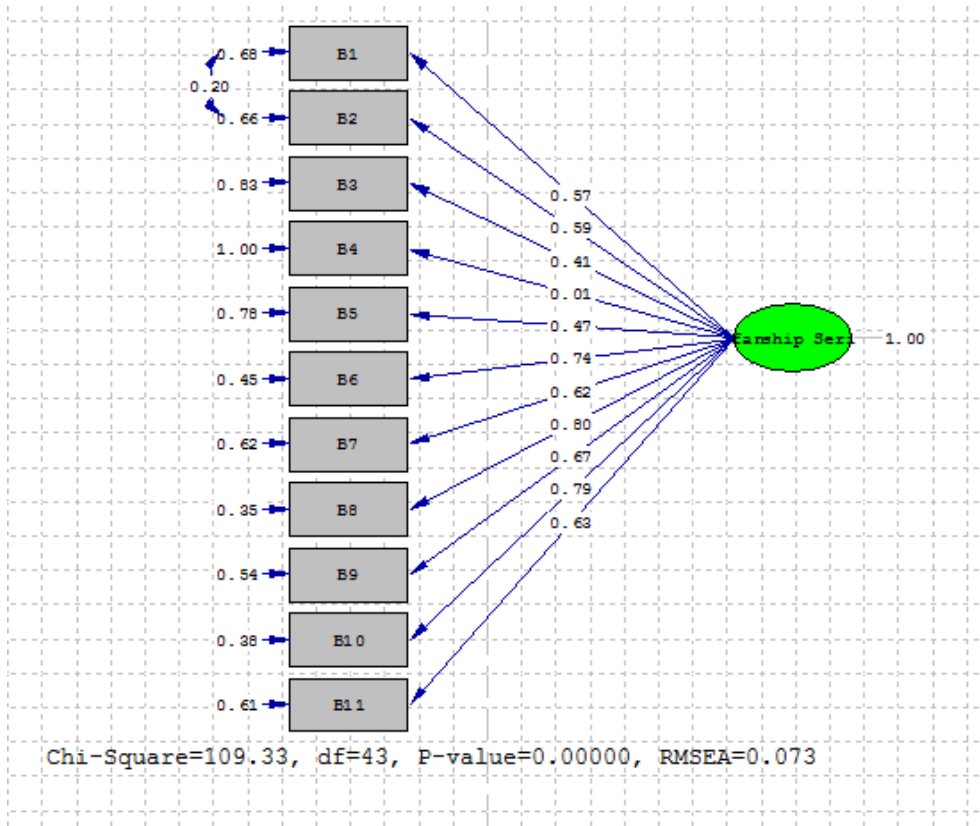
ISSN 2148-8215 ONLINE ISSN:2149-2506

(ISO 9001-2008 Belge No: 12879 & ISO 14001- 2004 Belge No: 12880)

(Marka Patent – Trademark Patent)

(2015/04312-2015-GE-18968)

43, RMSEA= .073, CFI= .97, IFI= .97, GFI= .94, SRMR= .050). Doğrulayıcı faktör analizine ait faktör yükleri Şekil 1’de sunulmuştur:



Şekil 1. Hayranlık Ölçeği'ne İlişkin Path Diyagramı ve Faktör Yükleri

#### 4. YORUM/TARTIŞMA

Bu çalışmada Reysen ve Branscombe (2010) tarafından geliştirilen Hayranlık Ölçeği'nin Türkçeye uyarlanması ve Türkçe formun geçerlik ve güvenilirliğinin incelenmesi amaçlanmıştır. Geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarının yürütüldüğü gruplar sayı bakımından istatistiksel analizlerin gerektirdiği yeterliliktedir (Tabachnick & Fidell,

2007). Hayranlık Ölçeği'nin yapı geçerliği DFA ile incelenmiştir. DFA için uyum indeksi sınırları göz önüne alındığında, modelin iyi uyum verdiği ve ölçeğin orijinal faktör yapısının Türkçe formun faktör yapısıyla uyduğu görülmektedir. Araştırmalarda kullanılabilecek ölçme araçları için öngörülen güvenilirlik düzeyinin .70 olduğu (Tezbaşaran, 1996) dikkate alınır, ölçeğin güvenilirliğini belirlemeye yönelik olarak elde edilen





UHPPD

www.uhpdergisi.com

ULUSLARARASI HAKEMLİ PSİKİYATRİ ve PSİKOLOJİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ  
Mayıs / Haziran / Temmuz / Ağustos 2015 Sayı: 03 Cilt: 02 İlkbahar Yaz  
INTERNATIONAL JOURNAL OF PSYCHIATRY AND PSYCHOLOGICAL RESEARCHES

May / June / July / August 2015 Issue: 03 Volume: 02 Spring Summer

JEL KODU: I0-I12 ID:17 K:27

ISSN 2148-8215 ONLINE ISSN:2149-2506

(ISO 9001-2008 Belge No: 12879 & ISO 14001- 2004 Belge No: 12880)

(Marka Patent – Trademark Patent)

(2015/04312-2015-GE-18968)

bulgular ölçeğin yeterli düzeyde güvenilir olduğunu ortaya koymuştur. Madde analizi sonucunda, ölçeğin madde-toplam korelasyon katsayılarının yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Ancak yalnızca 4. Maddenin faktör yükü ve madde toplam korelasyon katsayısı .30 ölçütüne göre oldukça düşüktür.

Ölçeğin yapı geçerliğini incelemek amacıyla uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda tek boyutlu hayranlık modelinin uyum indekslerine bakıldığında iyi uyum verdiği görülmektedir. Doğrulayıcı faktör analizi ile model-veri uyumuna ilişkin hesaplanan istatistiklerden en sık kullanılanları Ki-kare ( $\chi^2$ ),  $\chi^2/sd$ , RMSEA, SRMR, GFI ve AGFI'dir. Hesaplanan  $\chi^2/df$  oranının 5'ten küçük olması, GFI ve AGFI değerlerinin .90'dan yüksek olması model-veri uyumunu göstermektedir (Marsh & Hocevar, 1988). Bununla birlikte, GFI'nin .85'ten, AGFI'nin .80'den büyük çıkması, RMSEA değerlerinin .10'dan düşük çıkması, model veri uyumu için kabul edilebilir alt sınırlar olarak görülmektedir. Hayranlık Ölçeği'nin geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarından elde edilen tüm bulgular, bu ölçeğin bireylerin hayranlık düzeyini belirlemek amacıyla yeterli düzeyde geçerlik ve güvenilirliğe sahip olduğunu ortaya koymuştur.

## 5. ÖNERİLER

Hayranlık Ölçeği'nin geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarından elde edilen bulgular çerçevesinde bazı önerilerde bulunulabilir. Ölçeğin geçerlik ve

güvenirlik çalışmalarının yürütüldüğü araştırma grubu üniversite öğrencilerinden oluşmaktadır. Dolayısıyla ölçeğin farklı örneklemeler üzerinde geçerlik güvenilirlik çalışmalarının yapılması yerinde olacaktır. Ölçeğin dilsel eşdeğerliğinin incelenmesine de ihtiyaç duyulmaktadır. İleride yapılacak çalışmalarda, test tekrar test yöntemiyle ölçeğin güvenilirliğinin belirlenmesi önerilebilir. Bunun yanı sıra ölçeğin uyum geçerliğini belirlemek amacıyla hayranlık ile diğer ilişkili kavramlar arasındaki bağlantılar; geçerliği ve güvenilirliği kanıtlanmış başka ölçekler aracılığıyla incelenebilir.

## KAYNAKLAR

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

**AYCAN, A., POLAT, E., & UÇAN, Y., (2009).** “Takım Özdeşleşme Düzeyi İle Profesyonel Futbol Müsabakalarına Seyirci Olarak Katılım Kararını Etkileyen Değişkenler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, VII(4) (169-174)

**AYDIN, M. B., HATİPOĞLU D., & CEYHAN, Ç., (2008).** “Endüstriyel Futbol Çağında Taraftarlık.” İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 26, (289-316)

**HU, L. T., & BENTLER, P. M., (1999).** “Cut-Off Criteria for Fit Indexes in Covariance



UHPPD

www.uhpdergisi.com

ULUSLARARASI HAKEMLİ PSİKİYATRİ ve PSİKOLOJİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Mayıs / Haziran / Temmuz / Ağustos 2015 Sayı: 03 Cilt: 02 İlkbahar Yaz

INTERNATIONAL JOURNAL OF PSYCHIATRY AND PSYCHOLOGICAL RESEARCHES

May / June / July / August 2015 Issue: 03 Volume: 02 Spring Summer

JEL KODU: İ0-İ12 İD:17 K:27

ISSN 2148-8215 ONLINE ISSN:2149-2506

(ISO 9001-2008 Belge No: 12879 & ISO 14001- 2004 Belge No: 12880)

(Marka Patent – Trademark Patent)

(2015/04312-2015-GE-18968)

Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives.” Structural Equation Modeling, 6, (1-55)

**JÖRESKOG, K. G., & SORBOM, D., (1996).** LISREL 8 Reference Guide, Lincolnwood IL: Scientific Software International

**MARSH, H. W., & HOCEVAR, D., (1988).** “A New More Powerful Approach To Multitrait-Multimethod Analyses: Application Of Second-Order Confirmatory Factor Analysis.” Journal of Applied Psychology, 73, (107-117)

**REYSEN, S., & BRANSCOMBE, N. R., (2010).** “Fanship and Fandom: Comparisons Between Sport and Non-Sport Fans.” Journal of Sport Behavior, 33(2), (176-193)

**SIMON, B., (2004).** “Identity in Modern Society: A Social Psychological Perspective, Maiden, A: Blackwell

**TEZBAŞARAN. A. A., (1996).** Likert Tipi Ölçek Geliştirme Kılavuzu, Türk Psikologlar Derneği Yayınları, Ankara.

**TÜRKSOY, A., ÇİÇEK, M., & BAYANSALDUZ, M., (2003).** “Üç Büyük Kulüp Futbol Taraftarının Sosyal Kimlikleri ve Şiddete Bakış Açıları.” İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi, 11(3), (94-99)

**YÜKSEL, H., DOĞAN, B., MORALI, S., & ACAR, M. F., (1998).** “Futbolda Şiddetin Toplumbilimsel Boyutları.” Hacettepe Üniversitesi Futbol Bilim ve Teknolojisi Dergisi, 5(1), (22-26)

**TABACHNICK, B. G., & FIDELL, L. S., (2007).** Using Multivariate Statistics, Allyn and Bacon, Boston



UHPPD

www.uhpdergisi.com

ULUSLARARASI HAKEMLİ PSİKİYATRİ ve PSİKOLOJİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Mayıs / Haziran / Temmuz / Ağustos 2015 Sayı: 03 Cilt: 02 İlkbahar Yaz

INTERNATIONAL JOURNAL OF PSYCHIATRY AND PSYCHOLOGICAL RESEARCHES

May / June / July / August 2015 Issue: 03 Volume: 02 Spring Summer

JEL KODU: İ0-İ12 İD:17 K:27

ISSN 2148-8215 ONLINE ISSN:2149-2506

(ISO 9001-2008 Belge No: 12879 & ISO 14001- 2004 Belge No: 12880)

(Marka Patent – Trademark Patent)

(2015/04312-2015-GE-18968)

---

## EXTENDED ABSTRACT

**Introduction:** Fanship is recognition with the object itself. The rank of fanship differed by fan interest category. Hobby and sport fans may have grown up with this interest, while media fans may have recently been introduced to the interest. There have been many studies on fanship in English and other languages but there are few studies in Turkish. In this case appears to be strong need to have a reliable and valid measurement tool to measure Turkish individual's levels of fanship. Fanship Scale (FS; Reysen and Branscombe, 2010) may be considered as a helpful tool to fill in this need but there is no study indicating the tool's level of reliability and validity in Turkey. Thus the aim of this research is to translate the Fanship Scale to Turkish and to examine its psychometric properties.

**Method:** Participants were 293 university students. Primarily the FS was translated into Turkish by two academicians. The Turkish form was back-translated into English and the consistency between the Turkish and English forms was examined. Than Turkish form has been reviewed by three academicians. Finally they discussed the Turkish form and along with some corrections the scale was prepared for validity and reliability analyses. Fanship Scale were used as data collecting method in the research. The scale contains 11 items (e.g., "I want everyone to know I am connected to my interest") with each item rated on a 9-point Likert-type scale. Participants voluntarily participated in research. Completion of the scales was anonymous and there was a guarantee of confidentiality. The scales were administered to the students in groups in the classrooms. Prior to administration of measures, all participants were told about purposes of the study. In this study, confirmatory factor analysis (CFA) was executed to confirm the original scale's structure in Turkish culture. As reliability analysis Cronbach alpha internal consistency coefficients and the item-total correlations were calculated. Data were analyzed using LISREL 8.54 and SPSS 20.0 package programs. CFA provide empirical-based evidence for determining whether the Turkish version of FS would yield or construct a similar structure to the original version of FS.

**Results:** The results of confirmatory factor analysis demonstrated that the 11 items loaded on one factor and that the factor structure was harmonized with the factor structure of the original scale. Fit indexes of the scale were:  $\chi^2= 109.33$ ,  $df= 43$ ,  $RMSEA= .073$ ,  $CFI= .97$ ,  $IFI= .94$ ,  $GFI= .97$ ,  $SRMR= .050$ . The Cronbach alpha internal consistency reliability coefficient of the scale was .84. The corrected item-total correlations of Fanship





UHPPD

www.uhpdergisi.com

ULUSLARARASI HAKEMLİ PSİKİYATRİ ve PSİKOLOJİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ  
Mayıs / Haziran / Temmuz / Ağustos 2015 Sayı: 03 Cilt: 02 İlkbahar Yaz  
INTERNATIONAL JOURNAL OF PSYCHIATRY AND PSYCHOLOGICAL RESEARCHES

May / June / July / August 2015 Issue: 03 Volume: 02 Spring Summer

JEL KODU: İ0-İ12 ID:17 K:27

ISSN 2148-8215 ONLINE ISSN:2149-2506

(ISO 9001-2008 Belge No: 12879 & ISO 14001- 2004 Belge No: 12880)

( Marka Patent – Trademark Patent)

(2015/04312-2015-GE-18968)

---

Scale ranged from .37 to .73. According to these values it can be said that the structural model of Fanship Scale which consists of one factor was well fit to the Turkish culture. **Discussion:** Overall findings demonstrated that this scale had high validity and reliability scores and that it may be used as a valid and reliable instrument in order to assess the fanship levels of individuals. Nevertheless, further studies that will use Fanship Scale are important for its measurement force. As a result, it can be said that Fanship Scale is a valid and reliable instrument to measure the levels of fanship of Turkish individuals. Fanship Scale useable when necessary in order to get information about the levels of fanship of individuals. In addition, studies that examine the relations between the fanship and variables such as sampling or adoption find answers for many questions.