



Mustafa Kemal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi
Mustafa Kemal University Journal of the Faculty of Education
Yıl/Year: 2025 ♦ Cilt/Volume: 9 ♦ Sayı/Issue: 16, s. 213-224

SPOR KULÜPLERİNDE DİJİTAL EŞİTSİZLİK TEKNOLOJİYE ERİŞİM VE TARAFTAR KATILIMI

Dr. İsmail ÖNER

smailoner1@gmail.com

Orcid:0000-0003-0332-2139

Prof. Dr. Özgür KARATAŞ

İnönü Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü, ozgur.karatas@inonu.edu.tr

Orcid: 0000-0002-7863-2898

Doç. Dr. Emine ÖZTÜRK KARATAŞ

Malatya Turgut Özal Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Egzersiz ve spor Bilimleri Bölümü,

emine.karadas@ozal.edu.tr

Orcid:0000-0002-4142-5369

Özet

Bu araştırmanın amacı, spor kulüplerinde dijital eşitsizlik kavramını teknolojiye erişim ve taraftar katılımı bağlamında incelemek; altyapısal, sosyo-demografik ve ekonomik farklılıkların taraftar deneyimine etkilerini ortaya koymaktır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi kullanılmıştır. Bu kapsamda, dijitalleşme, taraftar katılımı ve spor yönetiminde stratejik yaklaşımlar konularında yayımlanmış ulusal ve uluslararası akademik makaleler, kitap bölümleri, resmî belgeler ve pazar analizleri sistematik olarak incelenmiştir. Veriler, içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiş; benzerlikler, farklılıklar ve tekrar eden temalar bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilmiştir. Araştırmada, taraftarların dijital katılım düzeylerinin çok boyutlu faktörlerden etkilendiği belirlenmiştir. Öncelikle altyapısal ve bölgesel farklılıkların, kent-kırsal ayrımında keskin eşitsizlikler yarattığı tespit edilmiştir. Gelir, yaş ve eğitim gibi sosyo-demografik değişkenlerin dijital erişim ve katılım üzerinde kritik bir rol oynadığı; yüksek gelirli, genç ve eğitimli taraftarların dijital içeriklere daha aktif biçimde katılım gösterdiği saptanmıştır. Taraftar katılım biçimleri açısından ise, canlı yayın takibi, e-bilet kullanımı, sosyal medya etkileşimi, sanal etkinliklere katılım ve premium içerik erişiminde önemli uçurumlar bulunduğu görülmüştür. Ayrıca kulüplerin stratejik yaklaşımlarının dijital eşitsizlik üzerinde belirleyici olduğu; düşük veri tüketimli uygulamalar, ücretsiz içerik sunumu ve mobil uyumlu çözümler kapsayıcı bir etki yaratırken, yalnızca gelir odaklı stratejilerin eşitsizliği derinleştirdiği tespit edilmiştir. Dijital eşitsizliği azaltmak için yüksek hızlı internetin yaygınlaştırılması, kırsal bölgelerde altyapı yatırımlarının artırılması, taraftarların sosyo-demografik özelliklerine uygun içeriklerin geliştirilmesi ve dijital okuryazarlığın güçlendirilmesi gerekmektedir. Böylece spor kulüpleri, hem taraftar katılımını artıracak hem de sporun toplumsal işlevini güçlendirerek kapsayıcı bir dijital dönüşüm gerçekleştirebilecektir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Eşitsizlik, Spor Kulüpleri, Dijital Dönüşüm, Teknolojiye Erişim, Taraftar Katılımı

DIGITAL INEQUALITY IN SPORTS CLUBS: ACCESS TO TECHNOLOGY AND FAN ENGAGEMENT

Abstract

The purpose of this research is to examine the concept of digital inequality in sports clubs in the context of access to technology and fan participation; to reveal the effects of infrastructural, socio-demographic and economic differences on the fan experience. Document analysis, one of the qualitative research methods, was used in the study. Within this scope, national and international academic articles, book chapters, official documents, and market analyses published on the topics of digitalisation, fan participation, and strategic approaches in sports management were systematically examined. The data were analysed using content analysis; similarities, differences, and recurring themes were evaluated using a holistic approach. The study determined that supporters' levels of digital participation are influenced by multidimensional factors. Firstly, it was found that infrastructural and regional differences create sharp inequalities between urban and rural areas. Socio-demographic variables such as income, age and education were found to play a critical role in digital access and participation; high-income, young and educated fans were found to participate more actively in digital content. In terms of fan participation forms, significant gaps were observed in live broadcast viewing, e-ticket usage, social media interaction, participation in virtual events and access to premium content. Furthermore, it was found that clubs' strategic approaches are decisive in shaping digital inequality; while low-data-consumption applications, free content provision, and mobile-friendly solutions create an inclusive effect, strategies

focused solely on revenue deepen inequality. To reduce digital inequality, it is necessary to expand high-speed internet access, increase infrastructure investments in rural areas, develop content tailored to the socio-demographic characteristics of supporters, and strengthen digital literacy. In this way, sports clubs will be able to increase supporter participation and achieve an inclusive digital transformation by strengthening the social function of sport.

Keywords: Digital Inequality, Sports Clubs, Digital Transformation, Access to Technology, Fan Participation

Giriş

Dijitalleşme, günümüz spor endüstrisinin en temel dönüşüm unsurlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Spor kulüpleri, taraftarlarla kurdukları bağı güçlendirmek, gelir kaynaklarını çeşitlendirmek ve marka değerlerini artırmak için dijital teknolojileri yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Sosyal medya platformları, mobil uygulamalar, e-biletleme sistemleri, sanal etkinlikler ve dijital yayıncılık, kulüplerin taraftar ilişkilerini yeniden tanımlarken; aynı zamanda yeni fırsatlarla birlikte çeşitli sorun alanlarını da gündeme getirmektedir (Hutchins ve Rowe, 2012). Bu sorunların başında, farklı taraftar gruplarının dijital imkanlara erişimindeki farklılıklardan doğan “dijital eşitsizlik” kavramı yer almaktadır.

Dijital eşitsizlik kavramı, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimi olan bireylerle olmayanlar arasındaki farklı bilgi düzeyleriyle bağlantılı sosyal bir sorun olarak tanımlanmaktadır. Bu sorun; gelir, ırk, etnik köken, cinsiyet gibi kriterlere bağlı olarak internet altyapısına erişim, bilgiye ulaşma, birikim ve fırsat eşitliği açısından önemli dengesizlikleri içermektedir (Stoiciu, 2011). Bununla birlikte dijital eşitsizlik yalnızca teknolojik altyapı eksikliklerinden kaynaklanmamakta; aynı zamanda gelir düzeyi, eğitim seviyesi, yaş ve dijital okuryazarlık gibi sosyo-demografik değişkenlerle de yakından ilişkilidir (Van Dijk, 2020). Özellikle kent merkezlerinde yaşayan, genç ve yüksek eğitim düzeyine sahip taraftarların kulüplerin sunduğu dijital hizmetlerden daha etkin biçimde yararlanabildiği; kırsal bölgelerde yaşayan, düşük gelirli veya ileri yaş gruplarının ise çoğunlukla geleneksel medya araçlarına yöneldiği görülmektedir. Bu durum, taraftar katılımında belirgin uçurumlar yaratmakta ve spor kulüplerinin kapsayıcı stratejiler geliştirmesini zorunlu kılmaktadır (Norris, 2003).

Dertli ve Dertli, (2024)'ün araştırmalarına göre spor kulüplerinde fırsat ve sosyo-ekonomik eşitsizlikler, sporun toplumsal işlevini yerine getirmesini zorlaştırmakta ve geniş kitlelere ulaşmasını sınırlandırmaktadır. Sporun ticarileşmesi, sosyal değerleri geri plana iterek toplumsal sorumlulukların zayıflamasına yol açabilmektedir. Ayrıca dijital erişim sorunları ve teknolojinin etkin kullanılmaması, spor yönetiminde yenilikçi uygulamaların hayata geçirilmesini engelleyerek taraftar katılımını sınırlamaktadır. Yeniliklere uyum sağlayamayan organizasyonlar ise sektörde rekabet üstünlüğünü kaybetme riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Benzer şekilde Romero-Jara ve arkadaşlarının (2023) Avrupa, Güney Amerika ve Kuzey Amerika'daki elit futbol kulüpleri üzerine yaptığı çalışmada, sosyal medya etkileşim düzeylerinin taraftarların cihaz kullanımı ve internet kalitesiyle yakından ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Popoola ve arkadaşlarının (2025) çalışmasına göre ise, Nijerya'da şehir ve kırsal bölgeler arasındaki dijital uçurumun spor ve eğitim bağlamında belirgin farklılıklar yarattığını ortaya koymaktadır. Bu çalışmada, spor kulüplerinde dijital eşitsizlik kavramını teknolojiye erişim ve taraftar katılımı bağlamında incelemeyi; kulüplerin bu farklılıkları dikkate alarak kapsayıcı ve sürdürülebilir dijital stratejiler geliştirmesi gerektiğine vurgu yapmayı amaçlamaktadır.

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Bu araştırmanın deseni doküman analizi olarak belirlenmiştir. Nitel araştırmada doğrudan gözlem ve görüşmenin imkân dahilinde olmadığı durumlarda ya da araştırmanın geçerliliğini artırmak amacıyla, görüşme ve gözlem yöntemlerinin yanı sıra, çalışılan araştırma problemi ile ilişkili yazılı ve görsel materyal ve malzemelerde araştırmaya dahil edilebilir. Yani, doküman incelemesi ya da diğer bir ifadeyle doküman analizi tek başına bir araştırma yöntemi olabildiği gibi, diğer nitel yöntemlerin kullanıldığı durumlarda ek bilgi kaynağı olarak da fayda sağlayabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2021).

Verilerin Toplanması ve Analizi

Bu çalışmada doküman incelemesi kapsamında, spor kulüplerinde dijital eşitsizlik olgusunu konu alan ulusal ve uluslararası akademik makaleler, kitap bölümleri, resmî belgeler ile sektörel araştırmalar (dijital taraftarlık, spor teknolojileri ve dijital pazarlama alanlarında yapılan

endüstri raporları, pazar analizleri ve danışmanlık firmalarının değerlendirmeleri) sistematik biçimde incelenmiştir. Ayrıca, taraftar katılımı, dijitalleşme, altyapısal farklılıklar, sosyo-demografik değişkenler ve kulüp yönetiminde stratejik yaklaşımlar gibi temaları ele alan bilimsel yayınlar da taranmıştır. Veriler, içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiş; benzerlikler, farklılıklar ve tekrar eden temalar sistematik biçimde sınıflandırılmıştır.

Bulgular

Bu araştırmada elde edilen bulgular, spor kulüplerinde taraftarların dijital katılım düzeylerinin çok boyutlu faktörlerden etkilendiğini göstermektedir. Bulgular, özellikle altyapısal ve bölgesel farklılıklar, sosyoekonomik değişkenlerin rolü, taraftarların dijital katılım biçimlerindeki farklılıklar ve kulüp yönetimlerinin stratejik yaklaşımları olmak üzere dört ana tema altında sınıflandırılmıştır. Bu temalar, tablolar aracılığıyla sistematik biçimde sunulurken taraftarların teknolojiye erişim düzeyleri ile dijital katılım pratikleri arasındaki ilişkileri somut biçimde ortaya koymaktadır.

Teknolojiye Erişimde Altyapısal ve Bölgesel Farklılıklar

Kırsal toplulukların gelişmiş dijital bağlantıya olan ihtiyacı gün geçtikçe artmaktadır. Ancak mevcut durumda, özellikle veri altyapısındaki yetersizlikler ve düşük eğitim seviyeleri, bu toplulukların dijitalleşme süreçlerine eşit biçimde katılımını engellemektedir. Bu durum, dijital hizmetlere erişimde kent ve kırsal bölgeler arasında belirgin farklılıklar yaratarak dijital eşitsizlik sorununu derinleştirmektedir (Salemink ve ark., 2017).

Yapılan araştırmalarda, dijital eşitsizliğin en temel boyutunun teknolojiye erişim olduğunu göstermektedir. Qi ve arkadaşlarının (2024) araştırmasına göre, spor kulüplerinin taraftarlarla kurduğu dijital iletişimin internet altyapısının gücü, cihaz güncelliği ve bant genişliği ile doğrudan ilişkili olduğunu vurgulamaktadır. Benzer şekilde Popoola ve arkadaşlarının (2025), kırsal alanlarda yaşayan bireylerin dijital spor içeriklerine erişim düzeylerinin kentsel alanlara göre belirgin biçimde düşük olduğunu saptamıştır.

Türkiye özelinde yapılan araştırmalar da dijital eşitsizlik bulgularını desteklemektedir. Ay ve Kılıç (2023)'ün "Coğrafi Dijital Uçurum" çalışması, kırsal bölgelerde internet hızı, bağlantı sürekliliği ve cihaz uyumluluğu gibi faktörlerin kentlere kıyasla daha sınırlı olduğunu ortaya koymuştur. Bu durum, spor kulüplerinin sunduğu canlı yayın, mobil uygulama ve e-bilet sistemleri gibi dijital hizmetlere erişimde belirgin bir bölgesel eşitsizlik yaratmaktadır. Dijital eşitsizliğin altyapısal, sosyo-demografik ve teknolojik boyutlarını daha somut biçimde ortaya koymak amacıyla, taraftarların teknolojiye erişim düzeyleri ve bu erişimin dijital katılıma etkileri aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 1. Dijital Erişim Faktörleri ve Taraftar Katılımına Etkileri

Faktör	Yüksek Erişim Grubu	Düşük Erişim Grubu	Katılıma Etkisi
Bölgesel Konum	Kent merkezinde yaşayan taraftarlar	Kırsal bölgelerde yaşayan taraftarlar	Kentliler daha çok mobil uygulama ve canlı yayın kullanıyor; kırsaldakiler geleneksel medya ile sınırlı
Gelir Düzeyi	Yüksek gelir grubu	Düşük gelir grubu	Yüksek gelir grupları premium içeriklere erişebiliyor; düşük gelir grupları yalnızca ücretsiz sosyal medya içerikleri tüketiyor
Yaş	18-35 yaş arası taraftarlar	50 yaş ve üstü taraftarlar	Gençler sosyal medya ve mobil uygulamalarda aktif; ileri yaş grubu geleneksel medya ile sınırlı
Eğitim	Üniversite mezunları	İlk/ortaokul mezunları	Eğitim düzeyi yüksek taraftarlar dijital katılımda daha aktif
Cihaz	Akıllı telefon /	Eski telefon /	Modern cihaz sahipleri interaktif içeriklere

Kullanımı	tablet	sınırlı cihaz erişimi	erişebiliyor, diğerleri erişemiyor
-----------	--------	-----------------------	------------------------------------

Kaynak: Yazarlar tarafından derlenmiştir.

Tablo 1 incelendiğinde, taraftarların dijital katılım düzeylerinin büyük ölçüde demografik ve sosyoekonomik değişkenlere bağlı olarak farklılaştığı görülmektedir. Bölgesel konum açısından, kent merkezinde yaşayan taraftarların mobil uygulamalar ve canlı yayınlara erişimde daha avantajlı olduğu, kırsal bölgelerde yaşayan taraftarların ise çoğunlukla geleneksel medya araçlarıyla sınırlı kaldığı tespit edilmektedir. Gelir düzeyi boyutunda, yüksek gelir gruplarının premium içeriklere erişerek kulüplerle daha yoğun dijital etkileşim kurabildiği; düşük gelir gruplarının ise yalnızca ücretsiz sosyal medya içerikleriyle sınırlı bir katılım gösterebildiği görülmektedir.

Yaş değişkeni açısından, 18–35 yaş arasındaki taraftarların sosyal medya ve mobil uygulamalarda aktif rol aldığı; 50 yaş ve üzeri taraftarların ise daha çok geleneksel medya araçlarına yöneldiği belirlenmiştir. Eğitim düzeyi de dijital katılım üzerinde belirleyici bir faktör olarak öne çıkmakta; üniversite mezunlarının daha yüksek düzeyde dijital katılım sergilediği, düşük eğitim düzeyine sahip taraftarların ise dijital ortamda daha pasif kaldığı anlaşılmaktadır. Son olarak cihaz kullanımına bakıldığında, akıllı telefon ve tablet gibi modern teknolojilere sahip taraftarların interaktif içeriklere erişim sağlayarak kulüple güçlü bir dijital bağ kurabildikleri; eski telefon ya da sınırlı cihaz erişimine sahip taraftarların ise bu olanaklardan yararlanamadığı ortaya çıkmaktadır.

Dijital Eşitsizlikte Sosyoekonomik Değişkenlerin Rolü

Dijital eşitsizliğin ikinci boyutunu sosyoekonomik faktörler oluşturmaktadır. Uluslararası literatür, gelir, eğitim düzeyi ve yaş gibi değişkenlerin dijital katılımı belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır (IBM, 2024). Yüksek gelir ve eğitim düzeyine sahip taraftar grupları, kulüplerin dijital platformlarını daha aktif bir şekilde kullanabilirken; düşük gelirli gruplar çoğunlukla televizyon veya radyo gibi geleneksel araçlara yönelmektedir. Benzer şekilde, daha yüksek sosyoekonomik statüye sahip taraftarlar teknolojiye daha geniş ölçekte erişebilmekte ve dijital araçlarla daha fazla deneyim kazanabilmektedir. Buna karşılık, düşük sosyoekonomik statüye sahip taraftarlar ise sınırlı erişim, düşük dijital okuryazarlık ve teknolojik araçlarla yetersiz tanışıklık gibi engellerle karşılaşmaktadır (Njeri ve Taym, 2024). Bu durum, spor kulüplerinin sunduğu dijital hizmetlerin toplumun farklı kesimleri tarafından eşit biçimde deneyimlenmesini engelleyerek dijital eşitsizlik olgusunu derinleştirmektedir.

Türkiye’de yapılan çalışmalar da benzer sonuçlar vermektedir. “Dijital Çağda Spor Taraftarlığı” araştırması, genç ve kentli taraftarların kulüplerin sosyal medya ve mobil uygulamalarını yoğun biçimde kullandığını, düşük gelirli ve kırsalda yaşayan taraftarların ise dijital içeriklere sınırlı erişim sağladığını göstermektedir (Gültekin ve Kaçay, 2024). Böylece sosyoekonomik faktörlerin, taraftarlar arasındaki dijital uçurumu derinleştirdiği görülmektedir.

Taraftar Katılımında Dijital Eşitsizlik

Artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) gibi etkileşimli teknolojiler, taraftarların maç deneyimini daha gerçekçi ve sürükleyici hale getirmektedir. Canlı yayın ve akış hizmetleri ise taraftarlara maçları canlı izleme ve tekrar izleme imkânı sunarak, spor izleyiciliğini daha erişilebilir ve dinamik bir hale getirmektedir (Çınar, 2025).

Ancak bu dijital dönüşüm, her taraftar grubuna eşit şekilde yansımamaktadır. Romero-Jara ve arkadaşlarının (2023) Avrupa, Güney Amerika ve Kuzey Amerika elit futbol kulüpleri üzerine yaptığı çalışmada, sosyal medya etkileşim düzeylerinin taraftarların cihaz kullanımı ve internet kalitesiyle yakından ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Yüksek erişime sahip taraftarlar çevrim içi anketlere, sanal taraftar etkinliklerine ve e-spor turnuvalarına katılım gösterirken; erişim kısıtı olan grupların bu etkinliklerden dışlandığı görülmüştür.

Türkiye’de de benzer bir eğilim gözlemlenmektedir. Suiçmez (2022)’e göre, dijital erişimi yüksek taraftarlar kulüp uygulamalarını aktif biçimde kullanarak canlı yayınlara katılmakta ve dijital biletleme sistemlerini tercih etmektedir. Buna karşın, dijital erişimi kısıtlı taraftar grupları yalnızca ücretsiz sosyal medya içerikleriyle sınırlı kalmakta ve etkileşim yoğunlukları oldukça düşük seviyede kalmaktadır. Bu durum, spor kulüplerinin taraftar tabanında daha kapsayıcı dijital politikalar geliştirmesi gereğini ortaya koymaktadır. Söz konusu farklılıkların taraftar katılım biçimlerine nasıl yansıdığını daha sistematik biçimde ortaya koymak amacıyla, yüksek ve düşük erişim grupları arasındaki karşılaştırmalar aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 2. Taraftar Katılım Biçimleri ve Dijital Eşitsizlik

Katılım Türü	Yüksek Erişim Grubu	Düşük Erişim Grubu	Katılıma Etkisi
Canlı Yayın Takibi	İnternet altyapısı güçlü, kentli taraftarlar	Kırsal bölgelerde yaşayan, zayıf internetli	Yüksek erişim grupları kulüp TV, YouTube ve dijital platformlardan canlı yayın izlerken, düşük erişim grubu yalnızca TV üzerinden takip edebilmektedir
Biletleme	E-bilet ve mobil uygulama kullanan taraftarlar	Basılı bilet kullanan taraftarlar	Dijital erişimi yüksek taraftarlar hızlı ve güvenli erişim sağlarken, diğer gruplar ise bilet erişiminde belirgin sınırlılıklar yaşayabilmektedir.
Sosyal Medya Etkileşimi	Genç, eğitilmiş ve akıllı telefon kullananlar	Yaşlı ve düşük okuryazarlık düzeyine sahip olanlar	Yüksek erişim grupları dijital içeriklerde aktif katılım gösterirken; düşük erişim gruplarının deneyimi pasif tüketimle sınırlı kalabilmektedir.
Sanal Etkinlikler	E-spor turnuvaları, online taraftar buluşmalarına katılan taraftarlar	Teknolojik imkânları kısıtlı taraftarlar	Dijital erişim grupları kulüple daha yakın bağ kurarken; diğer taraftarlar bu etkinliklerin dışında kalabilmektedir.
Özel İçerik Kullanımı	Premium üyelik, NFT, fan token kullanan taraftarlar	Ekonomik imkânları kısıtlı taraftarlar	Yüksek erişim grupları finansal olarak kulübe katkı sağlarken; düşük erişim grupları yalnızca ücretsiz içeriklerle sınırlı bir etkileşim gösterebilmektedir.

Kaynak: (Ay ve Kılıç, 2023; Wang ve Liu 2024; IBM 2024; Qi ve diğerleri 2024; Romero-Jara ve ark., 2023; Gültekin ve Kaçay 2024; Suiçmez, 2022).

Tablo 2 incelendiğinde, taraftarların kulüplerle kurdukları dijital etkileşim biçimlerinde önemli farklılıkların olduğu görülmektedir. Canlı yayın takibinde internet altyapısı güçlü ve kent merkezlerinde yaşayan taraftarlar, kulüp televizyonları, YouTube ve dijital platformlar aracılığıyla etkin bir biçimde içeriklere erişebilirken; kırsal bölgelerde yaşayan ve internet bağlantısı zayıf taraftarlar yalnızca televizyon yayınlarıyla sınırlı kalmaktadır. Bu durum, dijital altyapının taraftar deneyimini doğrudan etkilediğini ortaya koymaktadır.

Biletleme boyutunda, yüksek erişim grupları e-bilet ve mobil uygulamalar üzerinden hızlı ve güvenli erişim sağlarken; düşük erişim grupları hâlâ basılı biletlerle sınırlı kalmakta ve dijitalleşme sürecinin dışında kalmaktadır. Sosyal medya etkileşiminde genç, eğitilmiş ve akıllı telefon sahibi taraftarların kulüp içerikleriyle beğeni, yorum ve paylaşım yoluyla daha aktif bir rol

oynadığı; buna karşın yaşlı ve dijital okuryazarlığı düşük grupların pasif tüketici konumunda kaldığı tespit edilmektedir.

Sanal etkinliklere katılım, özellikle e-spor turnuvaları ve çevrim içi taraftar buluşmaları üzerinden yüksek erişim grupları tarafından gerçekleştirilirken; teknolojik imkânları sınırlı taraftarlar bu etkinliklerin dışında kalmaktadır. Özel içerik kullanımı açısından ise premium üyelik, NFT ve fan token gibi araçlara erişim imkânı bulunan taraftarlar kulüplerle daha yoğun ve finansal katkı sağlayıcı bir ilişki geliştirmekte; ekonomik imkânları kısıtlı taraftarlar ise yalnızca ücretsiz içeriklerle sınırlı kalmaktadır.

Kulüp Yönetiminde Stratejik Yaklaşımlar

Dijital eşitsizlik karşısında spor kulüplerinin geliştirdiği stratejik yaklaşımlar farklı yönelimler sergilemektedir. Uluslararası düzeyde yapılan çalışmalarda, bazı kulüplerin düşük veri tüketimli uygulamalar, çoklu dil desteği ve ücretsiz içerik sunumu gibi kapsayıcı politikaları hayata geçirdiği; diğerlerinin ise premium abonelik modelleri üzerinden gelir odaklı bir strateji benimsediği görülmektedir (Qi, ve ark., 2024; Ehnold ve ark., 2023). Yenilikçi örnekler arasında, taraftar katılımını çeşitlendirmek ve gelir kaynaklarını artırmak amacıyla blok zinciri tabanlı fan token uygulamaları da yer almaktadır (Ante ve ark., 2025). Fan token uygulaması destekledikleri takımlarıyla doğrudan etkileşim kuran taraftarlar arasında hızla yaygınlaşmaktadır. Ayrıca fan tokenlar spor kulüpleri için yeni gelir kaynağı sağlaması sebebiyle de kulüpler tarafından tercih edilen alternatif yeni bir yatırım aracına dönüşmektedir (Türkeli ve Yenel, 2023). Türkiye'deki araştırmalar da benzer eğilimleri ortaya koymaktadır. Öner ve arkadaşları (2024), kulüplerin dijital gelir modelleri ile online ürün satışları ve abonelik temelli yaklaşımlarla sürdürülebilir gelir elde etmeyi hedeflediğini vurgularken; Külcü (2024), sosyal medya ve dijital yayınların özellikle geleneksel medyaya erişimi sınırlı taraftar gruplarına ulaşmada kritik rol oynadığını belirtmektedir. Bununla birlikte, yapılan saha araştırmalarında, kulüplerin mobil uyumlu uygulamalar ve ücretsiz yayınlarla dijital erişimi artırmaya çalıştığını; ancak altyapı maliyetleri, yerel yönetim desteğinin yetersizliği ve dijital okuryazarlık eksikliğinin bu stratejilerin etkinliğini sınırlandırdığını göstermektedir (Gültekin ve Kaçay, 2024). Dolayısıyla, dijital eşitsizlik yalnızca taraftarların bireysel koşullarından değil, aynı zamanda kulüplerin stratejik tercihlerinin kapsayıcılığından da beslenmektedir.

Tartışma

Spor, yalnızca bireylerin fiziksel aktiviteye katılımını ve rekabeti değil, aynı zamanda toplumsal sorunların görünür kılındığı bir alanı da temsil etmektedir. Nitekim spor etkinliklerinde cinsiyet, ırk, ayrımcılık ve sosyal eşitsizlik gibi meseleler sıklıkla gündeme gelmektedir (Akkaya, 2023). Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, spor kulüplerinde teknolojiye erişim temelli farklılıkların yarattığı dijital eşitsizlik de sporun kapsayıcılığına yönelik tartışmaların merkezinde yer almaktadır. Dijital araçlara ve internet altyapısına erişim düzeyi, taraftarların kulüp etkinliklerine katılımını doğrudan etkilemekte; sporun sunduğu sosyalleşme fırsatlarında belirgin ayrılmalar yaratmaktadır. Bu durum, geleneksel eşitsizlik ölçütlerine eklenerek toplumsal farklılıkların yeni boyutlar kazanmasına yol açmaktadır (Lebedintsev ve ark., 2024).

Heeks (2022), dijital uyumun bazı gruplara orantısız biçimde avantaj sağladığını ve özellikle ekonomik açıdan daha az gelişmiş ülkelerde dijital eşitsizlikleri derinleştirebileceğini belirtmektedir. Benzer şekilde, dijital eşitsizlik üzerine yapılan çalışmalar da yaş, gelir, eğitim, etnik köken, cinsiyet ve coğrafi bölge gibi faktörlerin dijitalleşmeye karşı kırılganlığı artırdığını ve bazı gruplar için yeni dezavantajlar yarattığını göstermektedir (Durand ve ark., 2022). Bu durum, spor kulüplerinde de taraftar katılımı ve dijital erişim açısından benzer risklerin ortaya çıkabileceğine işaret etmektedir.

Covid-19 süreci bu tabloyu daha da görünür kılmıştır. Spor kulüplerine üyeliği bulunan taraftarlar arasında, sosyoekonomik düzeyi yüksek ve spor tesislerinin yoğun olduğu mahallelerde

kulüp terk oranlarının görece daha düşük olduğu saptanmıştır. Bu bulgu, dijital eşitsizlik olgusuyla paralellik göstermekte olup mekânsal ve sosyoekonomik faktörlerin spor kulüplerine bağlılık üzerinde belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır (Hoekman ve ark., 2023). Türkiye’de yapılan araştırmalar da benzer şekilde dijitalleşmenin spor taraftarlığına yeni dinamikler kazandırdığını, ancak sosyoekonomik farklılıkların taraftar katılımını sınırlayan bir unsur olarak öne çıktığını göstermektedir (Karakaya ve Gürbüz, 2021). Özellikle e-bilet sistemleri, mobil uygulamalar ve dijital yayıncılık, kentli ve genç taraftarlar için yüksek düzeyde katılım fırsatları yaratırken; kırsal bölgelerdeki taraftarlar altyapı yetersizlikleri nedeniyle bu süreçlerin dışında kalmaktadır. Bu bağlamda dijital eşitsizlik, yalnızca bireysel bir sorun değil, aynı zamanda spor kulüplerinin stratejik yönetim süreçlerini doğrudan etkileyen toplumsal bir mesele olarak ele alınmalıdır.

Ayrıca, dijital eşitsizliğin toplumsal cinsiyet boyutu da dikkat çekicidir. Doeher (2024), kadın futbol taraftarlarının dijital ortamlara erişimde daha fazla zorluk yaşadığını; sosyal medyada ise cinsiyete dayalı klişeler, taciz ve ayrımcılıkla karşı karşıya kaldığını belirtmektedir. Bu durum, kadın taraftarların deneyimlerini sınırlamakta ve daha güvenli, kapsayıcı çevrimiçi ortamların gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Sporda dijital eşitsizliğin ortadan kaldırılması için stratejik planlamada yüksek hızlı internetin yaygınlaştırılması, coğrafi özelliklerin ve kentleşme düzeyinin dikkate alınması, taraftarların sosyo-demografik özelliklerinin analiz edilmesi ve dijital yeterliliklerin artırılması gerekmektedir. Bu unsurların bütüncül biçimde ele alınması, spor kulüplerinde taraftar katılımını güçlendirecek ve dijitalleşmenin sunduğu olanaklardan tüm grupların eşit biçimde yararlanmasını sağlayacaktır (Filonenko ve Ushakova, 2024).

Sonuç ve Tartışma

Araştırmada, spor kulüplerinde dijital eşitsizlik olgusunun çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Özellikle altyapısal ve bölgesel farklılıklar, taraftarların dijital hizmetlere erişimini doğrudan belirlemekte ve kent-kırsal ayrımında keskin uçurumlar yaratmaktadır. İnternet altyapısının gücü, cihazların güncelliği ve bant genişliği, taraftarların kulüplerle dijital bağ kurabilme düzeyini şekillendiren temel unsurlar arasında yer almaktadır. Bu durum, Tablo 1’de gösterildiği üzere, sosyo-demografik faktörlerle birleştiğinde taraftar katılımında belirgin eşitsizliklere yol açmaktadır. Bununla birlikte, sosyoekonomik değişkenlerin dijital katılım üzerinde kritik bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Gelir, eğitim ve yaş farklılıkları, taraftarların dijital içeriklere erişim biçimlerini doğrudan etkileyerek yüksek gelirli ve genç taraftar gruplarının daha yoğun bir dijital deneyim yaşamasını sağlarken; düşük gelirli, ileri yaş ve düşük eğitim düzeyine sahip taraftarlar çoğunlukla pasif tüketici konumunda kalmaktadır.

Taraftar katılım biçimleri açısından da dijital eşitsizlik, canlı yayın takibi, biletleme, sosyal medya etkileşimi, sanal etkinlikler ve premium içerik kullanımı gibi alanlarda kendini göstermektedir. Tablo 2’de sunulduğu üzere, yüksek erişime sahip taraftarlar kulüplerle daha yoğun etkileşim kurabilirken; düşük erişim grupları çoğunlukla geleneksel medya araçlarıyla sınırlı kalmakta ve dijital dönüşümün sunduğu fırsatlardan dışlanmaktadır.

Bu çerçevede, kulüp yönetimlerinin stratejik yaklaşımları, dijital eşitsizlikle mücadelede belirleyici bir rol oynamaktadır. Düşük veri tüketimli uygulamalar, ücretsiz içerik sunumu ve mobil uyumlu çözümler kapsayıcı politikalar olarak öne çıkarken; yalnızca gelir odaklı stratejiler, eşitsizliği daha da derinleştirmektedir. Türkiye özelinde yapılan saha araştırmaları da altyapı maliyetleri, yerel yönetim desteğinin sınırlılığı ve dijital okuryazarlık eksikliğinin bu stratejilerin etkinliğini kısıtladığını göstermektedir.

Spor kulüplerinde dijital eşitsizliğin giderilmesi için bütüncül ve sürdürülebilir stratejilerin geliştirilmesi elzemdir. Yüksek hızlı internetin yaygınlaştırılması, kırsal bölgelerde altyapı yatırımlarının artırılması, taraftarların sosyo-demografik özelliklerinin dikkate alınarak dijital içeriklerin çeşitlendirilmesi ve dijital okuryazarlığın geliştirilmesi, kapsayıcı bir dijital dönüşüm için öncelikli adımlar olarak öne çıkmaktadır. Böylece spor kulüpleri, yalnızca ekonomik fayda

sağlamakla kalmayıp aynı zamanda toplumsal bütünleşmeye ve sporun sosyal işlevini güçlendirmeye katkı sunabilecektir.

Kaynaklar

- Akkaya, C. (2023). Dijitalleşen toplumda dijital kültür ve espor. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(3), 719-735.
- Ante, L., Henninger, L., Bauers, S. B., & Schellinger, B. (2025). Blockchain-based fan tokens as a strategic resource for sports clubs: Opportunities, challenges, and a stakeholder-oriented model. *Digital Business*, 100137. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2025.100137>
- Ay, S., & Kılıç, T. (2023). Coğrafi dijital uçurum: Türkiye’de dijital dönüşümün kentsel-kırsal, bölgesel ve cinsiyet eşitsizlikleri. *Coğrafya Dergisi*, (46), 111-122.
- Çınar, D. (2025). Digitalization in Sports: Innovations and Future Perspectives. *Spor ve Bilim Dergisi*, 3(1), 149-160.
- Dertli, M. E., & Dertli, Ş. (2024). Spor yönetiminde dijital dönüşüm: Metaverse ve teknolojinin gücü. In V. Alaeddinoğlu, B. S. Aktaş, & E. Siner (Ed.), *Beden eğitimi ve sporda akademik araştırmalar* (ss. 83–109). Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Doehler, S. (2024). ‘Your Analysis Is as Useless as Your Ovaries’: Women football fans’ experiences on social media. *Communication & Sport*, <https://doi.org/10.1177/21674795241292718>
- Durand, A., Zijlstra, T., van Oort, N., Hoogendoorn-Lanser, S., & Hoogendoorn, S. (2022). Access denied? Digital inequality in transport services. *Transport Reviews*, 42(1), 32-57. <https://doi.org/10.1080/01441647.2021.1923584>
- Ehnold, P., Steinbach, D., & Schlesinger, T. (2023). Categorisation of digitalisation practises in voluntary sports clubs. *Managing Sport and Leisure*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/23750472.2023.2224343>
- Filonenko, N., & Ushakova, N. (2024). Factors influencing the digital divide in the field of physical education and sports in the context of comparing large cities and remote sparsely populated areas. *Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship*. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-107-115>.
- Gültekin, G. Ş., & Kaçay, Z. (2024). Dijital Çağda Spor Taraftarlığı: Dijital Dönüşümün Etkileri. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 7(3), 34-52.
- Heeks, R. (2022). Digital inequality beyond the digital divide: conceptualizing adverse digital incorporation in the global South. *Information Technology for Development*, 28(4), 688-704. <https://doi.org/10.1080/02681102.2022.2068492>
- Hoekman, R., Grubben, M., & Kraaykamp, G. (2023). Sport club dropout under COVID-19 in the Netherlands: do characteristics of the neighbourhood matter?. *Frontiers in Sports and Active Living*, 5, 1168608. <https://doi.org/10.3389/fspor.2023.1168608>
- Hutchins, B., & Rowe, D. (2012). *Sport beyond television: The internet, digital media and the rise of networked media sport* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203120415>
- IBM. (2024). Fan engagement and consumption of sports shifting, reveals new opportunities for technology integrations including AI. *IBM Newsroom*. <https://newsroom.ibm.com/2024-06-26-IBM-Study-Fan-Engagement-and-Consumption-of-Sports-Shifting,-Reveals-New-Opportunities-for-Technology-Integrations-including-AI> (Erişim tarihi: 21.09.2025)
- Karakaya, Y., & Gürbüz, B. (2021). Spor endüstrisinde dijitalleşmenin taraftar davranışlarına etkisi. *Spor Bilimleri Dergisi*, 32(2), 145-158.
- Külcü, A. V. (2024). Yeni medya kanallarının spor pazarlamasındaki yeri: Sosyal medya ve dijital spor yayınlarının spor sponsorluğuna etkisi. *Journal Of Social, Humanities And Administrative Sciences (JOSHAS)*, 8(58), 1727-1732.

- Lebedintsev, L., Deriugin, P., Hailun, Z., Kadyrov, A., & Fasakhudinov, V. (2024). Digital inequality: Current trends in formation and research. Discourse. <https://doi.org/10.32603/2412-8562-2024-10-6-94-107>.
- Njeri, M., & Taym, A. (2024). Analysing the power of socioeconomic status on access to technology-enhanced learning in secondary schools. *Research Studies in English Language Teaching and Learning*, 2(4), 223-250. <https://doi.org/10.62583/rseltl.v2i4.55>
- Norris, P. (2003). Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide. *Canadian Journal of Communication*, 28(1). <https://doi.org/10.22230/cjc.2003v28n1a135>
- Popoola, F. F., Adeyemi, A. T., & Akin, D. I. (2025). The digital divide in the field of physical education and sports: A comparison of large cities and remote sparsely populated areas in Nigeria. *Open Access Research Journal of Engineering and Technology*, 8(01), 057-065. <https://doi.org/10.53022/oarjet.2025.8.1.0027>
- Öner, İ., Karataş, Ö., & Karataş, E. Ö. (2024). Dijital gelir modellerinin futbol kulüplerine ekonomik etkisi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(14), 137-148.
- Romero-Jara, E., Solanellas, F., Muñoz, J., & López-Carril, S. (2023). Connecting with fans in the digital age: An exploratory and comparative analysis of social media management in top football clubs. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1-12. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02357-8>
- Salemink, K., Strijker, D., & Bosworth, G. (2017). Rural development in the digital age: A systematic literature review on unequal ICT availability, adoption, and use in rural areas. *Journal of Rural Studies*, 54, 360-371. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.09.001>
- Stoiciu, A. (2011). The role of e-governance in bridging the digital divide. *UN Chronicle*, 48(3), 37-39. <https://doi.org/10.18356/d51f530b-en>
- Suiçmez, O. B. (2022). Türkiye’de spor kültürü: Tekelleşen medyanın spor endüstrisi ve taraftarlığına etkisi. *Akademik Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 45-63.
- Türkeli, D., & Yenel, İ. F. (2023). Finansal Fair Play Kurallarının Dijital Ekonomi İle İlişkisi. *Anatolia Sport Research*, 4(1), 44-52.
- Van Dijk, J. (2020). The digital divide. Cambridge: Polity Press.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Qi, Y., Sajadi, S. M., Baghaei, S., Rezaei, R., & Li, W. (2024). Digital technologies in sports: Opportunities, challenges, and strategies for safeguarding athlete wellbeing and competitive integrity in the digital era. *Technology in Society*, 77, 102496. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2024.102496>
- Wang, L., & Liu, C. (2024). The self-reinforcing effect of device and usage digital divides: A longitudinal panel study from China. *Mobile Media & Communication*, 12(3), 564-583. <https://doi.org/10.1177/20501579241235744>

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Digitalisation has become one of the most significant transformation dynamics in today's sports industry. Sports clubs are making extensive use of digital technologies to strengthen their bond with fans, diversify their revenue streams and enhance their brand value. Mobile applications, e-ticketing systems, digital publishing, and virtual fan experiences are reshaping the way clubs communicate; however, this transformation also creates new areas of inequality in terms of access to technology and opportunities for participation. In this context, the concept of

'digital inequality' stands out as one of the fundamental problems facing modern sports management at both the social and strategic levels.

Digital inequality refers to differences in access to information and communication technologies and in the ability to use these technologies effectively. Variables such as income, age, education, gender, and geographical location directly affect individuals' level of access to digital services. Individuals living in city centres, with high incomes and education, can benefit more from the digital opportunities offered by clubs, while fans living in rural areas or with limited economic means are left out of these processes. This situation runs counter to the principle of inclusivity in sport and creates new social divides in fan participation.

The literature (Norris, 2003; Van Dijk, 2020; Stoiciu, 2011) emphasises that digital inequality is not merely an infrastructural problem but also a socio-economic and cultural phenomenon. In the context of sport, these differences are concretely visible in areas such as live broadcast viewing, e-ticket usage, social media interaction, and participation in virtual events. International research (Romero-Jara et al., 2023; Popoola et al., 2025) reveals that fans' digital behaviours are closely related to device usage, internet quality, and income level.

The aim of this study is to examine the phenomenon of digital inequality in sports clubs in the context of technology access and fan participation, and to reveal the infrastructural, socio-demographic, and strategic determinants of this inequality. Furthermore, the effects of the digital strategies implemented by clubs in reducing or deepening these inequalities have been evaluated. The study aims to contribute to the digital transformation literature in sports management by drawing attention to the social dimension of digital inclusivity.

Method

The research was conducted using the document analysis design from qualitative research methods. This method allows for the systematic examination of existing written and visual sources in situations where direct observation or interviews are not possible. The document analysis method was deemed appropriate as it enables the multifaceted assessment of complex social phenomena such as digital inequality.

The data set consists of national and international articles, reports, book chapters, and official documents published on the topics of digital transformation, fan participation, sports management, and strategic communication. In addition, sector reports from institutions and consulting firms operating in the fields of digital fandom, sports technologies, and digital marketing were also examined.

The collected data was analysed using content analysis techniques. Similarities, differences, and recurring themes within the data were coded; these themes were interpreted using a holistic approach.

Results:

Research findings indicate that digital inequality in sports clubs is a multidimensional structure stemming from infrastructural, socio-economic and managerial factors.

Infrastructural and Regional Differences

The urban–rural divide has emerged as a key determinant of digital access. In rural areas, low internet speeds, limited connection quality, and insufficient device access reduce supporters' participation in digital services. Supporters living in urban centres, on the other hand, use mobile applications, live streaming, and e-ticket systems more effectively (Salemink et al., 2017; Ay and Kılıç, 2023).

The Role of Socioeconomic Variables

Income, education, and age variables significantly influence levels of digital participation. High-income, young, and educated fans are more active on digital platforms, while low-income

and older age groups are passive users due to limited digital literacy (IBM, 2024; Njeri and Taym, 2024; Gültekin and Kaçay, 2024).

Differences in Fan Participation

Fans with high digital access regularly participate in live broadcasts, e-tickets, social media, and virtual events. Groups with low access, on the other hand, are generally limited to free content and prefer traditional media tools (Çınar, 2025; Suiçmez, 2022).

Strategic Approaches in Club Management

Inclusive digital strategies (low data consumption applications, free content, mobile compatibility) have an access-enhancing effect. Conversely, revenue-focused strategies (premium membership, NFT, fan tokens) deepen economic disparities. High infrastructure costs and digital literacy gaps in Turkey limit the effectiveness of these strategies (Öner et al., 2024; Külcü, 2024).

Discussion and Conclusion

The research findings indicate that digital inequality in sports clubs stems not only from differences in technological infrastructure but also from socio-economic and managerial factors. The findings reveal that urban–rural divide, income level, age, and digital literacy variables significantly influence fan participation. This highlights the need for sports clubs to act in accordance with the principle of social inclusivity in their digitalisation processes.

Digital inequality creates different levels of participation in the fan experience; groups with high access participate in interactive digital environments, while fans with low access mostly turn to traditional media channels. This picture indicates that the socially integrative role of sport may weaken during the digital transformation process.

The strategies implemented by clubs play a decisive role in reducing inequality. Inclusive digital policies (low data consumption, free content, mobile compatibility) enhance access, while revenue-focused models (premium membership, fan tokens) can widen economic gaps. Infrastructure costs and digital literacy levels in Turkey are key constraints in this process.

Consequently, to reduce digital inequality in sports clubs, it is necessary to expand high-speed internet access, strengthen rural infrastructure, produce content tailored to fan profiles, and improve digital literacy. These steps will both increase fan participation and ensure that sport continues to fulfil its social function in a more inclusive manner in the digital age.