

**Üniversite** : İstanbul Kültür Üniversitesi  
**Enstitü** : Lisansüstü Eğitim Enstitüsü  
**Dalı** : İletişim Sanatları  
**Programı** : İletişim Sanatları  
**Tez Danışmanı** : Prof. Dr. Öykü Ezgi Yıldız Balaban  
**Tez Türü ve Tarihi** : Yüksek Lisans/Eylül 2024

## ÖZET

Günümüzde spor kulüpleri, sadece saha içi başarılarıyla değil, aynı zamanda marka kişilikleriyle de ön plana çıkmaktadır. Spor kulüplerinin taraftarlarla etkileşim kurma, sadakat yaratma ve kulüp imajını güçlendirme süreçlerinde sosyal medya, önemli bir iletişim aracı olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışma, Türk futbolunun önde gelen dört büyük kulübü olan Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş ve Trabzonspor'un sosyal medya platformlarında gerçekleştirdikleri paylaşımlar üzerinden marka kişiliklerini nasıl oluşturduklarını ve yönettiklerini incelemeyi amaçlamaktadır.

Araştırmanın temel hedefi, spor kulüplerinin sosyal medya paylaşımlarını, 2014 yılında Schade tarafından geliştirilen Spor Marka Kişiliği Ölçeği (SMKÖ) çerçevesinde analiz ederek, bu paylaşımların hangi boyutlarla örtüştüğünü tespit etmektir. Bu doğrultuda, kulüplerin resmi sosyal medya hesaplarından yapılan paylaşımlar içerik analizi yöntemiyle detaylı bir şekilde incelenmiş ve bu içeriklerin marka kişiliği boyutlarıyla olan ilişkisi değerlendirilmiştir.

Spor kulüplerinin marka kişiliği, prestij, rekabet, başarı ve etik değerler gibi unsurların bir bileşimi olarak ele alınmaktadır. Bu araştırma, incelenen kulüplerin sosyal medya paylaşımlarının, SMKÖ boyutlarıyla yüksek düzeyde örtüştüğünü ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, sosyal medyanın spor kulüplerinin marka kişiliğini inşa etme ve yönetmedeki kritik rolü vurgulanmış, sosyal medya stratejilerinin kulüplerin marka kişiliği bağlamında nasıl daha etkili hale getirilebileceği konusunda öneriler sunulmuştur.

Bu çalışma, spor kulüplerinin sosyal medya stratejilerini oluştururken, araştırmanın ortaya koyduğu bulgular doğrultusunda içerik üretmeleri gerektiğini, böylece kulüplerin marka kişiliğini güçlendirebileceklerini göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Marka, Kişilik, Sosyal Medya, Spor Kulübü



**University** : **Istanbul Kultur University**  
**Institute** : **Institute of Graduate Studies**  
**Department** : **Communication Arts**  
**Program** : **Communication Arts**  
**Thesis Advisor** : **Prof. Dr. Öykü Ezgi Yıldız Balaban**  
**Thesis Type and Date** : **Mater's Thesis / September 2024**

## **ABSTRACT**

Today, sports clubs stand out not only with their on-field successes but also with their brand personalities. Social media has become a vital communication tool for sports clubs to engage with their fans, build loyalty, and strengthen their club image. This study aims to examine how the four major Turkish sports clubs Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş, and Trabzonspor create and manage their brand personalities through their social media posts.

The primary objective of this research is to analyze the social media content of these sports clubs using the Sports Brand Personality Scale (SBPS) developed by Schade in 2014, and to identify which dimensions of the scale align with their posts. To achieve this, the official social media accounts of these clubs were subjected to a content analysis, evaluating the relationship between their posts and the brand personality dimensions.

The brand personality of sports clubs is viewed as a combination of elements such as prestige, competition, success, and ethical values. This research reveals that the social media posts of the examined clubs strongly align with the dimensions of the SBPS. In conclusion, the study emphasizes the crucial role of social media in constructing and managing the brand personality of sports clubs, providing insights into how social media strategies can be enhanced to reflect their brand personality more effectively.

The findings of this study suggest that sports clubs should consider these results when developing their social media strategies and content, as doing so will help strengthen their brand personality.

**Keywords:** Brand, Personality, Social Media, Sports Club

