



Spor Etkinliklerinin Eğlence Boyutu ile Spor Etkinliklerine Yönelim Arasındaki İlişki: Bir Yapısal Eşitlik Modeli

Sevdener SERGİ¹, Onur AKGÜN², Murat ASLAN³

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor

² Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği

³ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği

Orijinal Makale

Öz

Spor etkinlikleri, her yaştan bireylerin katıldığı önemli bir tüketici kitlesine sahip sosyal bir olgu haline gelmiştir. Spor etkinliklerine olan ilginin ve katılımın artması araştırmacıların da dikkatini çekmiş katılımcıların hangi sebeplerle spor etkinliklerini tercih ettikleri merak konusu olmuştur. Bu çalışmada spor etkinliklerinin eğlence boyutu ile spor etkinliklerine yönelim arasındaki ilişkinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak Spor Etkinliklerine Yönelim Ölçeği ve Spor Etkinlikleri Kalite ölçeğinin Eğlence alt boyutunda yer alan maddelere yer verilmiştir. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden korelasyonel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini Denizli ilinde ikamet eden toplam 203 kişi oluşturmaktadır. Araştırma bulguları, spor etkinliklerinin kalitesinde eğlence faktörünün, bireylerin bu etkinliklere yöneliminde sosyalleşme, duygu arama ve bilgi arama alt boyutlarını pozitif yönde ve anlamlı olarak yordadığı sonucunu ortaya koymuştur. Bu bulgular, spor etkinliklerinin kalitesinde eğlence boyutu ile spor etkinliklerine yönelim arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Yayın Bilgisi

Gönderi Tarihi: 28.03.2025
Kabul Tarihi: 21.08.2025
Online Yayın Tarihi: 22.08.2025

Anahtar kelimeler:
Eğlence, Etkinlik Kalitesi,
Spor Etkinliği, Spor
Etkinliğine Yönelim.

The Relationship Between the Entertainment Dimension of Sports Events and Orientation Toward Sports Events: A Structural Equation Model

Abstract

Sports events have become a significant social phenomenon with a large consumer base, attracting individuals of all ages. The increasing interest and participation in sports events have drawn the attention of researchers, raising curiosity about the factors influencing individuals' preferences for attending such events. This study aims to examine the relationship between the entertainment dimension of sports events and individuals' orientation towards these events. In the study, the Orientation to Sport Events Scale and the items included in the Entertainment sub-dimension of the Sport Event Quality Scale were employed as data collection instruments. The study employed the correlational research method, which is one of the quantitative research methods. The research sample consists of 203 individuals residing in Denizli, Turkey. The findings indicate that the entertainment factor in the quality of sports events significantly and positively predicts the sub-dimensions of socialization, sensation-seeking, and information-seeking in individuals' orientation toward these events. These results demonstrate a significant positive relationship between the entertainment dimension of sports event quality and sports event orientation.

Original Article

Article Info

Received: 28.03.2025
Accepted: 21.08.2025
Online Published: 22.08.2025

Keywords: Entertainment,
Event Quality, Sports
Events, Sports Event
Orientation.

Sorumlu Yazar: Murat ASLAN

E-mail: murataslan@comu.edu.tr

How to cite this article: Sergi, S., Akgün, O., & Aslan, M. (2025). Spor Etkinliklerinin Eğlence Boyutu ile Spor Etkinliklerine Yönelim Arasındaki İlişki: Bir Yapısal Eşitlik Modeli. *Journal of Global Sport and Education Research*, VIII (2):65-77. DOI: 10.55142/jogser.1667597.

GİRİŞ

Spor, bireylerin hayatına katkı sağladığı gibi, toplumun sağlıklı bir yapıya ulaşmasına ve toplum bütünlüğünün sağlanmasına katkı sunan önemli bir sosyal olgudur (Yetim, 2000). Özellikle teknolojinin gelişmesiyle birlikte, insan hayatının kolaylaşması ve zaman alan işlerin kolaylıkla halledilebilmesi bireylerin daha fazla boş zamana sahip olmasını sağlamıştır (Tutar ve Turhan, 2023). Bu durum, sosyal aktivitelere katılım oranının artmasına yol açarken, kitle iletişim araçlarının gelişimi ve bu araçlarda spora verilen önemin artmasıyla bireylerin spor etkinliklerine olan ilgisinde ve spor organizasyonlarına katılım oranında büyük bir artış yaşanmıştır (Dever ve Korur, 2018).

Spor organizasyonları, bir veya birden fazla spor branşının önceden belirlenmiş yer ve tarihte, tahmini bir maliyet hesabı yapılarak müsabakalar düzenlenmesidir (Gök ve Balcı, 2012). Spor organizasyonları; Yaz Olimpiyatları, Kış Olimpiyatları, Paralimpik Oyunlar, Akdeniz Oyunları, Balkan Oyunları, yerli ve ulusal spor müsabakaları, spor festivalleri gibi farklı boyut ve kapsamdaki etkinliklerle karşımıza çıkmaktadır. Spor organizasyonları, katılımcıların sosyal ve kültürel etkileşim içerisinde bulundukları küresel çapta etkiye sahip organizasyonlardır. Katılımcılar, spor organizasyonlarını hem yerinde eş zamanlı olarak hem de kitle iletişim araçları aracılığıyla uzaktan takip etme imkanına da sahiptir.

Özellikle olimpiyatlar veya dünya şampiyonaları gibi büyük spor etkinlikleri, geniş bir sporcu katılımına ve çok sayıda izleyici kitlesine sahiptir (Dever ve Korur, 2018). Söz konusu kitle, spor etkinliklerine ilgi ve yönelim sergileyen bir tüketici grubu olarak değerlendirilmektedir. Tüketici yönelimi ise; tüketim eylemi gerçekleştirilirken öngörülebilir bir davranış özelliği gösterilmesi olarak ifade edilebilir (Çevik vd., 2019). Tüketici grubunun sahip olduğu özellikler ve çevresel faktörler, spor organizasyonlarına katılım konusunda etkileyici bir rol oynamaktadır. Spor organizasyonlarına karşı duyulan ilginin ve katılımın artırılması organizasyonları daha etkili hale getirir ve organizasyonların başarıya ulaşmasına yardımcı olur. Spor organizasyonlarına katılımın artırılması spor yöneticileri ve spor organizatörleri için büyük önem taşımaktadır. Sportif etkinlikler, katılımcılar için fiziksel etkinlik olmanın dışında toplumsal bağları kuvvetlendiren ve bireylerin sosyalleşmesine katkı sunan bir araç haline gelmiştir (Turan ve Hellaç, 2024). Spor etkinliklerine yönelimin artırılması için de bireyleri bu konuda hangi unsurların motive ettiğinin araştırılması gerekmektedir. Spor etkinliklerine yönelimin altında bulunan boyutları anlamak ve bu boyutları ortaya çıkarmak spor endüstrisinin gelişimi açısından önem teşkil etmektedir. Küresel spor endüstrisinin geliri 2022 yılında yaklaşık 500 milyar dolarlık bir hacme sahipken, 2028 yılında 680 milyar doların üzerine çıkması beklenmektedir (Statista, 2024). Milyonlarca kişiye istihdam sağlayan spor endüstrisi, gelirinin büyük kısmını spor etkinlikleri, spor ürünleri üretimi, spor hizmetleri v.b. çeşitli kalemlerden oluşturmaktadır (Berkani vd., 2024). Seyircilerin spor etkinliklerine katılım davranışlarını belirleyen birçok özellik bulunmaktadır. Takıma duyulan ilgi, özdeşleşme, taraftarı olunan takımın başarısını sahiplenmek, eğlence, spora bağlılık, günlük rutinden kaçış, bilgi edinme bu değişkenlerin arasında yer almaktadır (Gencer ve Aycan, 2008). Dolayısıyla, söz konusu değişkenler spor seyircilerinin katılım davranışlarını açıklamaya yönelik ölçek geliştirme çalışmalarına da temel teşkil etmiştir. Pons ve diğ. (2006) tarafından spor seyircilerinin katılım davranışlarını etkileyen bu değişkenlerin ele alındığı

“Spor Etkinliklerine Yönelim Ölçeğini” geliştirmiştir. Araştırmacılar, spor etkinliklerine yönelimi sosyalleşme, duygu arama ve bilgi arama boyutlarıyla ele almıştır. Bu bağlamda, söz konusu boyutlardan biri olan sosyalleşme, bireyin toplumsal yaşamla bütünleşmesinde temel bir rol üstlenmektedir.

Sosyalleşme, bireyin doğduğu ilk gün itibarıyla büyüdüğü kültürü öğrenmek adına sahip olması gereken beceri, davranış kalıpları, toplumsal değerler ve motivasyonları öğreten ve gelecek nesillere aktarılması sürecini ifade etmektedir (Karakullukçu, 2020). Sosyal bir varlık olarak insan, olduğundan diğer insanlarla iletişim kurmak ve iş birliği yapmak zorundadır. İnsanların tek başına yapabileceği etkinlikler sınırlıdır (Dever ve Korur, 2018). Spor organizasyonlarına bireysel katılımlar gerçekleşiyor olsa bile organizasyondaki etkileşimler sosyalliği meydana getirmektedir. Bu sayede birey kendi dar dünyasından sıyrılır ve hem başkalarından etkilenmekte hem de başkalarını etkileyebilmektedir (Öntürk, 2022). Bireylerin spor aracılığıyla sosyalleşmesi birçok araştırmacının da ilgisini çekmiştir (Doğan vd., 2018; Filiz, 2010; Şahan, 2008; MacPhail ve Kirk, 2006; Özdiç, 2005). Sosyalleşmenin yanı sıra, spor etkinliklerine yönelimi etkileyen bir diğer önemli faktör de duygu arama boyutudur. Duygu arama, biyolojik olarak ortaya çıkan ve bireyin doğuştan gelen, kontrol edemediği içsel dürtüleri olarak tanımlanmaktadır (Çevik vd., 2019). Duygu arama; deneyimleme arzusu duydukları ya da deneyimledikleri duyguları arttırma isteği olarak ifade edilebilir. Spor etkinliklerine yönelim ve katılım doğrultusunda duygu arama, yaşanacak duyguların belirsiz olması, yüksek adrenalin, aidiyet hissi, öfke, heyecan gibi duygularla ön plana çıkmıştır. Bilgi arama, bilgi toplama ve bilgi inşa etme sürecinin en temel aktivitesidir (Çevik vd., 2019). Bilgi arama, bireyin farkına vardığı bir bilgi ihtiyacını karşılamak amacıyla gerçekleştirdiği bilinçli bir süreçtir. Bu süreç, bireyin çeşitli bilgi kaynakları arasından ihtiyacına en uygun bilgiyi seçme ve değerlendirme süreci olarak ifade edilebilir (Uçak, 1997).

Spor etkinliklerine yönelimi etkileyen temel faktörler arasında sosyalleşme, duygu arama ve bilgi arama boyutlarının yanı sıra etkinliklerin kalite boyutu da yer almaktadır. İşletmelerin sürdürülebilirliğini sağlamaları ve rekabet avantajı elde edebilmeleri için ürettikleri mal ve hizmetlerin sektördeki rakiplerine kıyasla farklılık göstermesi gerekmektedir. Günümüzde bu rekabet ortamı işletmelerin kaliteye yönelik farkındalıklarını arttırmış ve işletmeler için bir tercih değil zorunluluk haline getirmiştir (Köşker Demir, 2010). Spor hizmetlerinin kalite düzeyleri hizmet alan kişilerin beklentilerine ve deneyimlerine göre artar ya da azalır (İlgar Doğan ve Dağlı Ekmekçi, 2022). Spor etkinliklerinin sonuçları ve bu etkinlikten elde edilecek duygular önceden tahmin edilemez. Bu nedenle spor etkinliğinden bağımsız olarak destekleyici eğlence unsurlarının planlanması, katılımcıların etkinlik alanından memnun ayrılmasını sağlayacaktır (Tzetzis vd., 2014). Spor etkinliklerine yoğun katılım gösteren ve etkinlik memnuniyeti yüksek olan bireylerin yaşam kalitesinin de artması beklenmektedir (Doyle vd., 2016). Bunlara ek olarak bir kişinin spor etkinliklerine katılımı o kişinin yaşam kalitesini arttırmasına ek olarak refah seviyesinin de artmasını sağlayabilir (Theodorakis vd., 2019).

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de bireylerin spor etkinliklerine yönelimleri ve spor etkinliklerinin kalitesi araştırmacılar için ilgi konusu olmuştur. Uluslararası literatürde spor etkinliklerinin kalitesini ölçmeye yönelik çalışmalar sınırlı sayıda olmakla birlikte (Ko vd.,

2023; Theodorakis vd., 2019), Türkiye’de bu alanda yapılan çalışmaların da oldukça kısıtlı olduğu görülmektedir (Çimen vd., 2022; Halıcı ve Çimen, 2021). Öte yandan spor etkinliklerine yönelim konusunda hem dünyada hem de Türkiye’de çok sayıda araştırma bulunmaktadır (Turan ve Hellaç, 2024; Canpolat ve Turhan, 2023; Çeyiz vd., 2023; Yıldırım vd., 2022; Turan, 2021; Çiriş ve Başkonuş, 2020). Ancak gerek uluslararası gerekse ulusal literatürde spor etkinliklerinin eğlence boyutu ile spor etkinliklerine yönelim arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda, mevcut araştırmanın literatürdeki bu boşluğu doldurarak önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma bulgularının, spor örgütleri, organizatörleri ve etkinlik düzenleyicilere spora katılımın artırılması ve etkinlik tasarımları konusunda önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir.

Mevcut araştırma kapsamında aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H1: Spor etkinliklerinin eğlence boyutu, bu etkinliklere yönelimde sosyalleşme alt boyutunu anlamlı ve pozitif yönde yordar.

H2: Spor etkinliklerinin eğlence boyutu, bu etkinliklere yönelimde duygu arama alt boyutunu anlamlı ve pozitif yönde yordar.

H3: Spor etkinliklerinin eğlence boyutu, bu etkinliklere yönelimde bilgi arama alt boyutunu anlamlı ve pozitif yönde yordar.

YÖNTEM

Araştırma Deseni

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden yordayıcı korelasyonel araştırma modeli kullanılmıştır. Yordayıcı korelasyonel araştırmalar potansiyel neden sonuç ilişkilerini ortaya çıkarmak ve değişkenler arasındaki ilişki düzeyini belirlemek için kullanılmaktadır (Fraenkel vd., 2012). Bu tür araştırmalar, değişkenler arasında nasıl bir ilişki olduğunu anlamaya ve bu ilişkiyi açıklamaya çalışır. Araştırmanın bağımsız değişkeni olarak spor etkinliklerinin eğlence boyutu, bağımlı değişkeni ise spor etkinliklerine yönelimleri olarak belirlenmiştir.

Araştırma Grubu

Araştırma grubu Denizli ilinde ikamet eden toplam 203 kişiden oluşmuştur. Örneklem sayısının belirlenmesi için G Power 3.0.1 programı kullanılmıştır. α değeri 0.05, orta etki büyüklüğü 0.15, Power (1- β) ise 0.95 olarak hesaplama yapıldığında Critical F 3.9505867, Actual Power 0.9508527 ve en az 89 katılımcının olması gerektiği hesaplanmıştır. Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) çalışmalarında, yeterli örneklem büyüklüğünü belirlemek kritik öneme sahiptir. 15 maddelik bir model için katılımcı sayısı, değişken başına en az 5 ila 10 katılımcı olmalıdır. Bu durumda, örneklem büyüklüğü için 75 ila 150 katılımcı aralığı önerilmektedir. Ancak, Boomsma (1982), yapısal eşitlik modellerinin güvenilir sonuçlar vermesi için en az 200 katılımcı gerektiğini vurgulamaktadır. Kline (2016) ise karmaşık modellerde, özellikle gizli değişkenler veya daha fazla serbest parametre olduğunda, 300 ila 400 katılımcının daha güvenilir sonuçlar sağlayacağını belirtir. Modelin karmaşıklığına bağlı olarak, 15 maddelik bir yapısal eşitlik modelinde en az 200 ila 400 katılımcı arasında bir

örneklem büyüklüğü tercih edilmelidir. Bu anlamda 203 katılımcının bu araştırma modeli için yeterli olduğu ifade edilebilir. Mevcut araştırmada, katılımcıların %54,1'ini kadın (n=110), %45,9'unu ise erkek (n=93) taraftarların oluşturduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş değişkenine göre dağılımları incelendiğinde, araştırma grubunun %55,7 (n=113) gibi büyük bir çoğunluğunu 18-24 yaş arası katılımcılar oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan taraftarların eğitim durumu incelendiğinde ise katılımcıların %53,7'sini (n=109) lisans eğitimi almış olan taraftarlar oluşturmaktadır. Katılımcıların taraftarı olunan takım değişkenine göre dağılımları incelendiğinde de %42,4 (n=86) ile Galatasaray Spor Kulübü en fazla taraftarı olan kulüp olarak öne çıkmıştır.

Veri Toplama Araçları

Araştırma verileri, bireylerin sosyo-demografik özelliklerinin belirlenmesi amacı ile araştırmacı tarafından geliştirilen kişisel bilgi formu ve iki farklı ölçek kullanılarak elde edilmiştir.

Spor Etkinliklerine Yönelim Ölçeği

Pons, Mourali ve Nyeck tarafından 2006 yılında geliştirilen, Türkçe diline uyarlaması ise Çevik ve diğ. (2019) tarafından yapılan Spor Etkinliklerine Yönelim Ölçeğidir. Ölçek 5'li likert tipinde olup, 1'den (kesinlikle katılmıyorum) 5'e (kesinlikle katılıyorum) şeklinde derecelendirilmiştir. Ölçekten alınabilecek puan 12 ile 60 arasında değişmektedir.

Spor Etkinlikleri Kalite Ölçeği

Araştırmada kullanılan ikinci ölçek ise Çimen ve diğ. (2022) tarafından geliştirilen Spor Etkinlikleri Kalite Ölçeğidir. Ölçek 10 boyut 42 maddeden oluşmaktadır. Ölçek 5'li likert tipinde olup, 1'den (kesinlikle katılmıyorum) 5'e (kesinlikle katılıyorum) şeklinde derecelendirilmiştir. Bu araştırmada spor etkinliklerinin eğlence boyutu ile spor etkinliklerine yönelim arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda araştırmada Spor Etkinlikleri Kalite Ölçeğinin yalnızca eğlence alt boyutu maddelerine yer verilmiştir. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı eğlence alt boyutu için $\alpha = 0.845$ bulunmuştur. Bu araştırmada ise eğlence boyutu için iç tutarlılık katsayısı ölçeğin tümü için $\alpha = 0.887$ bulunmuştur. Elde edilen Cronbach Alfa katsayısı, ölçeğin eğlence boyutunun yüksek düzeyde iç tutarlılığa sahip olduğu ve örneklem grubu üzerinde güvenilir sonuçlar verdiğini göstermektedir.

Verilerin Analizi

Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistikler, çarpıklık, basıklık değerleri tespit edilerek normallik testleri uygulanmıştır. Normalliğin sınanmasında çarpıklık ve basıklık değerlerinin + 1.5 ile - 1.5 arasında dağılımı kriter alınmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2007). Daha sonra değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenmesi için Pearson Correlation analizi yapılmıştır. Daha sonra oluşturulan model yapısının güvenilirliğinin belirlenmesi için ölçüm modeli test edilmiştir. Ölçüm modeli test edilirken faktör yüklerine, $\chi^2/df=1$, CFI, TLI, GFI, SRMR, RMSEA, AVE (Average Variance Extracted) AVE ve Cronbach's Alpha, değerlerine bakılmıştır. Jamovi SEM modülünde hipotezler test edilmiştir.

BULGULAR

Bu bölümde, araştırmanın temel sorularına yanıt aramak üzere yapılan analizlerin sonuçları tablolar halinde sunulmuş ve yorumlanmıştır.

Tablo 1. Ölçüm modeli

Faktör	Gözlenen Değişken	Beta Kat Sayısı	Standart Hata	Z Değeri	P	95% Güven Aralığı		AVE	α
						Alt Değer	Üst Değer		
Eğlence	e1	1.000	0.0000			1.000	1.00	0.729	0.887
	e2	1.091	0.0736	14.83	< .001	0.947	1.24		
	e3	0.909	0.0687	13.24	< .001	0.775	1.04		
Sosyalleşme	s1	1.000	1.000			1.000	1.00	0.696	0.867
	s2	1.251	1.251	12.14	< .001	1.049	1.45		
	s3	1.121	1.121	11.74	< .001	0.934	1.31		
Duygu Arama	d1	1.000	0.0000		< .001	1.000	1.00	0.828	0.960
	d2	0.991	0.0462	21.47	< .001	0.901	1.08		
	d3	1.026	0.0474	21.65	< .001	0.933	1.12		
	d4	0.939	0.0499	18.81	< .001	0.841	1.04		
	d5	0.933	0.0475	19.64	< .001	0.840	1.03		
Bilgi Arama	b1	1.000	0.0000		< .001	1.000	1.00	0.588	0.825
	b2	1.847	0.2785	6.63	< .001	1.301	2.39		
	b3	1.928	0.2900	6.65	< .001	1.360	2.50		
	b4	1.747	0.2705	6.46	< .001	1.217	2.28		

Tablo 1 incelendiğinde spor etkinlikleri kalite ölçeğinin eğlence boyutunda yer alan, 3 gösterge maddesi incelenmiştir. Faktör yükleri $\beta = 0.909$ ile $\beta = 1.091$ arasında değişmektedir ve tüm faktör yükleri anlamlıdır ($p < .001$). Bu yapı için AVE (Average Variance Extracted) değeri 0.729 olarak hesaplanmış ve yapı geçerliliğinin yeterli olduğu görülmüştür. AVE değeri ayrıca, Fornell ve Larcker (1981)'e göre $AVE \geq 0.50$ ve $CR \geq 0.70$ değerleri kriter alındığında bu araştırmadaki sonuçların ve ölçüm modelinin güvenilir olduğunu işaret etmektedir. Spor etkinlikleri kalite ölçeğinin eğlence boyutunun Cronbach's Alpha değeri 0.887 olarak bulunmuş olup bu değer spor etkinlikleri kalite ölçeğinin eğlence boyutunun yüksek bir iç tutarlılık düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Spor etkinliklerine yönelim ölçeğinin sosyalleşme boyutu altında yer alan 3 gösterge maddesi incelenmiştir. Faktör yükleri $\beta = 1.000$ ile $\beta = 1.251$ arasında değişmekte ve tüm faktör yüklerinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p < .001$). Bu boyut için AVE değeri 0.696 olarak hesaplanmış olup, varyansın önemli bir kısmının açıklanabildiği ve bu yapının geçerli olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, sosyalleşme boyutunun Cronbach's Alpha değeri 0.867 olarak hesaplanmış ve bu da yüksek bir güvenilirlik düzeyine işaret etmektedir. Duygu arama boyutu altında yer alan 5 gösterge maddesi incelenmiştir. Faktör yükleri $\beta = 0.933$ ile $\beta = 1.026$ arasında değişmekte olup, tüm yüklemeler anlamlı bulunmuştur ($p < .001$). Duygu arama boyutunun AVE değeri 0.828 olarak tespit edilmiştir ve yapı geçerliliğinin kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmüştür. Bu boyutun Cronbach's Alpha değeri ise 0.960 olarak hesaplanmış olup, ölçeğin yüksek iç tutarlılık düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Bilgi arama boyutu altında yer alan 4 gösterge maddesi incelenmiştir. Faktör yükleri $\beta = 1.000$ ile $\beta = 1.928$ arasında değişmekte olup, tüm yüklemeler anlamlı bulunmuştur ($p < .001$). Bilgi arama boyutunun

AVE değeri 0.588 olarak tespit edilmiştir ve yapı geçerliliğinin kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmüştür. Bu boyutun Cronbach's Alpha değeri ise 0.825 olarak hesaplanmış olup, ölçeğin yüksek iç tutarlılık düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Ölçüm modelinin $X^2=175/df=84$ $p<0.001$, CFI= 0.964, TLI= 0.955, IFI=0.964, GFI=0.972, SRMR=0.064 ve RMSEA=0.073 değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu tespit edilmiştir (Kline, 2015). Bu sonuçlar ölçüm modelinin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Spor etkinliklerine yönelim ve spor etkinliklerinin kalitesi arasındaki pearson korelasyon değerleri

	Sosyalleşme	Duygu Arama	Bilgi Arama	Eğlence	$\bar{X}$	S.S	Çarpıklık	Basıklık
Sosyalleşme	—				3.44	1.12	-0.540	-0.356
Duygu Arama	0.570***	—			3.82	1.15	-0.809	-0.314
Bilgi Arama	0.335***	0.588***	—		2.95	1.17	0.123	-0.956
Eğlence	0.471***	0.587***	0.464***	—	3.85	1.05	-0.696	-0.205

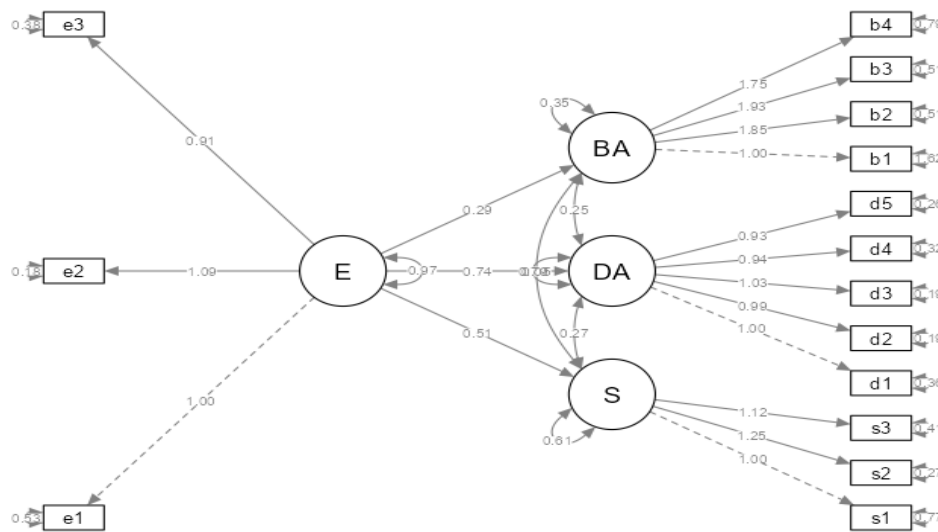
Not: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Spor Etkinliklerine Yönelim Ölçeğinin alt boyutları ile Spor Etkinliklerinin Kalitesi Ölçeğinin Eğlence Alt Boyutu arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre; sosyalleşme boyutu ve duygu boyutu arasında ($r = 0.570***$), bilgi arama boyutu ve sosyalleşme boyutu arasında ($r = 0.335***$), bilgi arama boyutu ve duygu arama boyutu arasında ($r = 0.588***$), eğlence boyutu ve sosyalleşme boyutu arasında ($r = 0.471***$), eğlence boyutu ve duygu arama boyutu arasında ($r = 0.587***$), eğlence boyutu ve bilgi arama boyutu arasında ($r = 0.464***$) pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Tanımlayıcı istatistiklerin analizleri incelendiğinde çarpıklık ve basıklık değerlerinde; sosyalleşme faktöründe çarpıklık değeri (-0.540), basıklık değeri (-0.340); duygu arama faktöründe çarpıklık değeri (-0.809) basıklık değeri (-0.314); bilgi arama faktöründe çarpıklık değeri (0.123), basıklık değeri (-0.956); eğlence faktöründe çarpıklık değeri (-0.696) basıklık değeri ise (-0.205) olarak bulunmuştur. Tablodaki veriler incelendiğinde araştırmaya katılan bireylerin ortalama ve standart sapma değerleri; sosyalleşme boyutunda 3.44 ± 1.12 , duygu arama boyutunda 3.82 ± 1.15 , bilgi arama boyutunda 2.95 ± 1.17 , çıktı boyutunda 3.70 ± 1.02 , eğlence boyutunda 3.85 ± 1.05 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3. Eğlence boyutunun spor etkinliklerine yönelim altboyutlarını yordama sonuçları

Bağımsız Değişken→Bağımlı Değişken	Standardize Edilmemiş Beta Kat Sayısı	Standardize Hata	Standardize Edilmiş Beta Kat Sayısı	Z Değeri	P	95% Güven Aralığı	
						Alt Değer	Üst Değer
E→ S	0.512	0.0771	0.542	6.64	< .001	0.361	0.664
E→ DA	0.739	0.0839	0.633	8.81	< .001	0.574	0.903
E→ BA	0.292	0.0650	0.436	4.49	< .001	0.165	0.420

Tablo 3'teki bulgular, spor etkinliklerinin eğlence boyutunun (E) sosyalleşme (S), duygu arama (DA) ve bilgi arama (BA) üzerindeki etkilerini göstermektedir. Sonuçlara göre, spor etkinliklerinin eğlence boyutunun sosyalleşme üzerindeki etkisi pozitif ve anlamlıdır ($\beta = 0.512$, $SE = 0.0771$, $z = 6.64$, $p < .001$). Bu bulgu, eğlence boyutunun arttıkça sosyalleşme düzeyinin arttığını göstermektedir. Spor etkinliklerinin eğlence boyutunun duygu arama üzerindeki etkisi pozitif ve anlamlıdır ($\beta = 0.739$, $SE = 0.0839$, $z = 8.81$, $p < .001$). Bu bulgu, eğlence boyutunun arttıkça duygu arama düzeyinin arttığını göstermektedir. Spor etkinliklerinin eğlence boyutunun bilgi arama üzerindeki etkisi pozitif ve anlamlıdır ($\beta = 0.292$, $SE = 0.0650$, $z = 4.49$, $p < .001$). Bu bulgu, eğlence boyutunun arttıkça sosyalleşme düzeyinin arttığını göstermektedir.

Şekil 1. Yol analizi

TARTIŞMA

Mevcut araştırma bulguları, spor etkinliklerinin kalitesinde eğlence faktörünün, bireylerin bu etkinliklere yöneliminde sosyalleşme, duygu arama ve bilgi arama alt boyutlarını pozitif yönde ve anlamlı olarak yordadığı sonucunu ortaya koymuştur. Bu bulgular, spor etkinliklerinin kalitesinde eğlence boyutu ile spor etkinliklerine yönelim arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Mevcut araştırmadaki ilk hipotez H1, “spor etkinliklerinin eğlence boyutu, bu etkinliklere yönelimde sosyalleşme alt boyutunu anlamlı ve pozitif yönde yordar” şeklinde oluşturulmuş olup araştırma bulguları bu hipotezi doğrulamıştır. Buna göre; bir spor etkinliğinde bireyler tarafından yüksek düzeyde algılanan eğlence faktörü, bu bireylerin spor etkinliklerine yöneliminde bir artışa sebep olmaktadır. İnsan yaşamı boyunca sosyal gruplara ait olma ihtiyacı duyar. Bu durumun doğuştan gelen bir arzu olduğu ifade edilebilir (Karababa vd., 2024). Eğlence temelli aktiviteler kişilerin çevre edinmek, farklı kişilerle tanışmak ve sosyalleşmek amacıyla tercih ettikleri önemli araçlardır. Spor etkinliklerinin neredeyse hepsinde seyirciler sosyalleşme imkanına sahiptir (Ko vd., 2023). Bireyler eğlenmek, sosyalleşmek, yeni heyecanlar yaşamak, farklı mekân ve kültürler tanımak amacıyla spor etkinliklerini tercih etmektedir. Spor etkinlikleri, bu etkinlikler sırasında ortaya çıkan duygular, duyguların yaşandığı atmosfer insanların eğlence ve heyecan duygularını arttıran etkinlikler olarak görülmektedir (Funk vd., 2012). Kaplan ve Akkaya (2014), sporun sosyal çevre oluşturmada ve yeniden sosyalleşme süreçlerinde etkin rol oynayabileceğini ifade etmiştir. Mehus (2005), futbol ve kayakla atlama seyircileriyle gerçekleştirdiği çalışmasında futbol seyircilerinin kayakla atlama seyircilerine kıyasla hem sosyalleşme hem de heyecan motivasyonlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Chalip (2006) sportif etkinliklerin yalnızca eğlenceden ibaret olmadığı bu etkinliklerin sosyalleşme alanları olduğunu ifade etmiştir. Sportif etkinlikler içinde eğlenceli aktivitelerin çeşitli olması bireylerin sosyalleşmesine önemli katkı sunar. Bu bağlamda sportif etkinliklerin eğlence boyutunun arttırılması, sosyalleşmek amacıyla spor etkinliklerine katılımı arttıracığı ifade edilebilir.

Mevcut araştırmadaki ikinci hipotez H2, “spor etkinliklerinin eğlence boyutu, bu etkinliklere yönelimde duygu arama alt boyutunu anlamlı ve pozitif yönde yordar.” şeklinde oluşturulmuş olup araştırma bulgularımız bu hipotezi doğrulamıştır. Araştırma bulgularına göre spor etkinliklerinin eğlence boyutu ile spor etkinliklerine yönelimde duygu arama alt boyutu arasında pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlılık olduğu tespit edilmiştir. Bireyler boş zamanlarını değerlendirmek için sportif etkinlikleri tercih etmektedir. Ballı (2024) rekreatif etkinliklere katılan bireylerin eğlence ve rahatlama düzeylerinde olumlu bir yansıma olduğu sonucuna ulaşmıştır. Sportif etkinliklerin bireylerin duygusal olarak olumlu değişimler sunduğunu göstermektedir. Bu durum, bireylerin bu duyguları bir daha ki sefer tekrar yaşamak adına spor etkinliklerine yönelimlerini olumlu yönde etkileyebilir. Beccarini ve Ferrand (2006) sezonluk bilet sahibi taraftarlarla gerçekleştirdiği çalışmada etkinlikten alınan zevkin olumlu ve duygusal atmosferi paylaşma, takım performansı gibi sosyo- duygusal durumlardan olumlu yönde etkilendiğini ifade etmiştir. Mutz ve Gerke (2017) FIFA Dünya Kupası, Olimpiyatlar gibi milli değerlerin yüksek olduğu spor etkinliklerine ilginin yüksek olduğunu, özellikle zaferle gerçekleşen sonuçlar sonrasında yaşanan duygu deneyiminin

yüksek olduğunu ifade etmiştir. Chalip (2006) çalışmasında bir katılımcının olimpiyatların önemini bildiğini ancak olimpiyat meşalesini gördüğünde yaşadığı yoğun duyguları ve geçit töreninde gözlerinin dolduğunu ifade etmiştir. Moreno vd. (2015) seyircilerin spor etkinliklerinden duyduğu haz ve duygunun algılanan etkinlik kalitesini de etkilediğini ifade etmiştir. Bu bilgi ışığında müsabakalarda seyircilerin yoğun duygular hissetmesi, algılanan eğlence seviyesini pozitif yönde etkilediği söylenebilir. Futbol seyircileriyle gerçekleştirilen başka bir çalışmada ise taraftar özdeşleşme düzeyi arttıkça etkinliğin kalitesinin de arttığı sonucuna ulaşılmıştır (Al-Wasel, 2016). Spor etkinliklerinin kalite düzeyinin yüksek olması katılımcıların eğlence düzeyini de arttıracaktır. Özellikle rekabetçi ve dramatik sonuçların ön plana çıktığı müsabakalarda katılımcıların duygusal seviyelerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Spor etkinliklerine yöneldikleri zaman adrenalin, heyecan duyma, takım aidiyeti gibi çeşitli duygular hisseden bireylerin diğer katılımcılara göre daha yüksek seviyede spor etkinliklerinin eğlence boyutuna önem verdikleri ifade edilebilir. Bu bilgiler ışığında spor etkinliklerinin barındırdığı eğlence unsurlarının güçlendirilmesiyle katılımcıların duygu arayışını karşılama düzeyinin artmasına katkı sunabilir.

Mevcut araştırmadaki üçüncü hipotez H3, “spor etkinliklerinin eğlence boyutu, bu etkinliklere yönelimde bilgi arama alt boyutunu anlamlı ve pozitif yönde yordar” şeklinde oluşturulmuş olup araştırma bulgularımız bu hipotezi de doğrulamıştır. Halıcı ve Çimen (2021), gerçekleştirdikleri çalışmada katılımcıların spor etkinliklerinde yer alan eğlenceli gösterilerin artmasının spor etkinliklerinin eğlence boyutunu ön plana çıkartacağını ifade etmiştir. Bireyler spor etkinliğine gitmeden önce o etkinlik hakkında araştırma yapar ve en çok keyif alacağı etkinliği tercih eder. James ve Rose (2004) eğlence düzeyi yüksek spor etkinliklerinin, katılımcıların bu etkinlikler hakkında sahip oldukları bilgi düzeyini arttırmada etkili olduğu belirtilmiştir. Bu sonucun araştırma bulgularını destekler nitelikte olduğu ifade edilebilir. Gültekin (2024), spor bilimleri fakültesi öğrencileriyle gerçekleştirdiği çalışmasında spor etkinliklerine yönelimde erkek katılımcıların kadın katılımcılara kıyasla bilgi arama alt boyutu skorlarının yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Erkeklerin spor etkinliklerine yönelimde daha fazla bilgi arayışında olduğu söylenebilir. Müsabakalar öncesinde, esnasında ve sonrasında gerçekleştirilen organizasyonlar eğlence seviyesini arttırarak spor etkinliklerini daha keyifli hale getirebilir. Ko ve diğ. (2011), Ulusal Basketbol Birliği (NBA) müsabakalarının devre arası ya da periyot aralarında sunulan eğlenceli organizasyonların seyircilerin deneyimlerini arttıran önemli bir unsur olduğunu ifade etmektedir. Spor etkinlikleri esnasında stadyum, rakip takım ve çevre hakkında bilgi arayan ve buna sahip olan katılımcıların yine aynı düzeyde spor etkinliklerinde eğlendikleri söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Elde edilen sonuçlar göstermiştir ki spor etkinliklerinin kalitesi, spor etkinliklerine yönelimi etkileyen önemli bir faktördür. Spor etkinliklerinin eğlence boyutunun yüksek olması, bireylerin spor etkinliklerine yönelimini olumlu yönde etkilemektedir. Araştırmadan elde edilen diğer bulgular spor etkinliği hakkında daha fazla bilgi edinme, sosyalleşme ve duygusal tatmin olma arzularının eğlence deneyimiyle doğrudan ilişkili olduğunu göstermiştir. Bu doğrultuda, spor etkinliklerinin organizatörleri ve spor kulüpleri katılımcıların eğlence deneyimlerini zenginleştirmek amacıyla yeni stratejiler geliştirerek spor etkinliklerine katılımın sürdürülebilirliği konusunda önemli adımlar atabilir.

KAYNAKÇA

- Al-Wasel, A. A. (2016). Futbol Seyircilerinde Taraftarlık Özdeşleşme Düzeyi ve Etkinliğin Kalite Algısının İncelenmesi. Yüksek Lisans tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Ballı, M. (2024). Suya dayalı rekreatif etkinliklere katılan bireylerin katılım ve destinasyon seçim motivasyonları: Gümüşlük örneği. Yüksek Lisans Tezi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Beccarini, C. ve Ferrand, A. (2006). Factors affecting soccer club season ticket holders satisfaction: The influence of club image and fans motives. *European Sport Management Quarterly*, 6 (1), 1-22.
- Berkani, A. S., Moumen, H., Benharzallah, S., Yahiaoui, S. ve Bounceur A. (2024). Blockchain use cases in the sports industry: A systematic review. *International Journal of Networked and Distributed Computing*, 12, 17-40.
- Brown T., Clark P. ve Edwards S. (2018). Değişkenler arası ilişkiler ve korelasyon. *Psikoloji ve Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 120-135.
- Canpolat, B. ve Turhan, F. H. (2023). Üniversite öğrencilerinin spor etkinliklerine yönelimlerinin incelenmesi; Karabük Üniversitesi örneği. *Spor, Sağlık ve Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 29-41.
- Chalip, L. (2006). Towards social leverage of sport events. *Journal of Sport & Tourism*, 11 (2), 109-127.
- Çevik, H., Şimşek K. Y., Mercanoğlu, A. O. ve Bayram, A. (2019). Spor etkinliklerine yönelim ölçeğinin Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 10 (2), 149-163.
- Çiriş, V. ve Başkonuş, T. (2020). Öğretmen adaylarının spor etkinliklerine yönelimlerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi, *Kilis 7 Aralık Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 4 (2) , 141-155.
- Dever, A. ve Korur, E. N. (2018). Spor organizasyonları tüketim ölçeğinin (SOTÖ) Türkçe formunun geçerlik ve güvenilirliği. *Sosyal Bilimler Dergisi/ The Journal of Social Science*, 5 (25), s.187-197.
- Doğan, E., Yılmaz, A. K., Kabadayı, M. ve Mayda, M. H. (2018). Spor bilimleri öğrencileri ile farklı fakültelerde okuyan öğrencilerin sosyalleşme ve mutluluk düzeylerinin incelenmesi. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 403-411
- Doyle, J. P., Filo, K., Lock, D., Funk, D. C. ve McDonald, H. (2016). Exploring PERMA in spectator sport: Applying positive psychology to examine the individual-level benefits of sport consumption. *Sport Management Review*, 19 (5), 506-519.
- Filiz, Z. (2010). Üniversite öğrencilerinin sosyalleşmesinde spora katılımın değerlendirilmesi. *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 4 (3), 192-203.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E. ve Hyun, H. H. (2012). *How to Design and Evaluate Research In Education*. NewYork: McGraw-Hill.
- Funk, D.C., Beaton, A. ve Alexandris, K. (2012). Sport consumer motivation: Autonomy and control orientations that regulate fan behaviour. *Sports Management Review*, 15 (3), 355-367.
- Gençer, R. T. ve Aycan, A. (2008). Seyircilerin profesyonel futbol müsabakalarına katılım kararını etkileyen değişkenler üzerine bir inceleme. *Ege Akademik Bakış*, 8 (2), 771-783.
- Gök, Y., ve Balcı, V. (2012). Spor organizasyonlarının maliyet boyutunun risk yönetimi açısından değerlendirilmesi. *Ege Akademik Bakış*, 12, 61-69.
- Gültekin, G. Ş. (2024). *Spor bilimleri öğrencilerinin spor etkinliklerine katılımlarında taraftarlık özdeşleşme düzeyinin yordayıcı etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Halıcı, A. ve Çimen, Z. (2021). Futbol Seyircilerinin Etkinlik Kalitesine Yönelik Beklentilerinin Değerlendirilmesi. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 389-421.
- İlgar Doğan, Y. ve Dağlı Ekmekçi, Y. A. (2022). Taraftarlar açısından spor tesislerinin kalite düzeyleri: Denizli Atatürk stadyumu örneği. *Kafkas Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 79-93.

- James, J. D. ve Rose, S. D. (2004). Comparing sport consumer motivations across multiple sports. *Sport Marketing Quarterly*, 13 (1), s. 17-25.
- Kaplan ve Akkaya (2014). Spor Kültürü ve Türkiye'de Spor. *International Journal of Sport Culture and Science*, 2 (Özel Sayı 2), 114-119.
- Karababa, A., Yılmaz, E., Şahin, A. E. ve Çeçen, R. (2024). Taraftar motivasyonu ve taraftar saldırganlığı arasındaki ilişkinin incelenmesi, *International Journal of Eurasia Social Sciences (IJOESS)*, 15(58), 1509-1523.
- Karakullukçu, A. (2020). *İşitme engelliler için sosyalleşme ölçeği geliştirme çalışması ve sporun sosyalleşme düzeyine katkısının incelenmesi*. Doktora Tezi, Kırıkkale Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Kırıkkale.
- Kline, R. B. (2016). Principles and practice of structural equation modeling (4th ed.). The Guilford Press.
- Ko, Y. J., Kwon, H. H., Kim, T., Park, C. ve Song, K. (2023). Assessment of event quality in major spectator sports: Single-item measures. *Journal of global Sport Management*, 8 (4), s. 1008-1024
- Ko, Y. J., Zhang, J., Cattani, K. ve Pastore, D. (2011). Assessment of event quality in major spectator sports, *Managing Service Quality: An International Journal*, 21 (3), s. 304-322.
- Köşker Demir, E. (2010). *Rekreasyonel spor hizmeti veren işletmelerde kalite ölçeği; Geçerlilik güvenirlik çalışması (Türkçe Uyarlaması)*. Yüksek Lisans Tezi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- MacPhail, A. ve Kirk, D. (2006). Young peoples socialisation into sport: Experiencing the specialising phase. *Leisure Studies*, 25 (1), 57-74.
- 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), s. 333-350.
- Moreno, F. C., Prado-Gasco, V., Hervás, J. C., Nunez-Pomar, J. ve Sanz, V. A. (2015). Spectator emotions: Effects on quality, satisfaction, value, and future intentions. *Journal of Business Research*, 68 (7), 1145-1447.
- Mutz, M. ve Gerke, M. (2018). Major sporting events and national identification: The moderating effect of emotional involvement and the role of the media. *Communication & Sports*, 6 (5), 605-626.
- Öntürk, Y. (2022). Sporda güncel yaklaşımlar. İçinde Uluç, E. A. (Ed.), *Spor ve Sosyalleşme*, 53-65. Gazi Yayınevi.
- Özdiñç, Ö. (2005). Çukurova Üniversitesi öğrencilerinin sporun ve spora katılımın sosyalleşmeyle ilişkisi üzerine görüşleri. *SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, III (2), 77-84.
- Pons, F., Mourali, M. ve Nyeck, S. (2006). Consumer orientation toward sporting events: Scale development and validation. *Journal of Service Research*, 8 (3) 276-287.
- Statista (2024). Sports industry revenue worldwide in 2022, with a forecast for 2028. Erişim tarihi: 11 Şubat 2025. <https://www.statista.com/statistics/370560/worldwide-sports-market-revenue/#statisticsContainer>
- Şahan, H. (2008). Üniversite öğrencilerinin sosyalleşme sürecinde spor aktivitelerinin rolü. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2, 248-266.
- Tabachnick, B. G., ve Fidell, L. S. (2007). Using Multivariate Statistics (5th ed.). New York: Allyn and Bacon.
- Theodorakis, N. D., Kaplanidou, K., İskender, K. ve Papadimitriou, D. (2019). From sport event quality to quality of life: The role of satisfaction and purchase happiness. *Journal of Convention & Event Tourism*. 20 (3), 241-260.
- Turan, M. (2021). Giresun Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü personellerinin spor etkinliklerine yönelim tutumlarının incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 23 (1), 29-41.
- Turan, M. ve Hellaç, A. K. (2024). Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin spora katılım güdülerinin incelenmesi. *International Journal of Exercise Psychology*, 6 (2), 66-75.

- Tutar, Ö. F., ve Turhan, F. H. (2023). Digital Leisure; Transformation of Leisure Activities. *Shanlax International Journal of Education*, 11(S1), 16–28.
- Tzetzis, G., Alexandris, K. ve Kapsampeli, S. (2014). Predicting visitors satisfaction and behavioral intentions from service quality in the context of a small-scale outdoor sport event. *Internationl Journal of Event and Festival Menagement*, 5 (1), 4-21.
- Uçak, N. Ö. (1997). Bilgi gereksinimi ve bilgi arama davranışı. *Türk Kütüphaneciliği*, 11 (4), 315-325.
- Yetim, A. A. (2000). Sporun sosyal görünümü. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, V(2000) 1, 63-72.
- Yıldırım, A. F., Özer, Ş. C. ve Demir H. (2022). Sivil toplum kuruluşu yürütücülerinin spor etkinliklerine yönelimleri: Nicel bir araştırma, *Sosyolojik Bağlam Dergisi*, 3 (3), 251-262.