

**GAZİ BEDEN EĞİTİMİ  
VE SPOR BİLİMLERİ  
DERGİSİ**

Cilt  
Sayı  
Ekim



**XIII**  
**4**  
**2008**

**GAZİ JOURNAL OF  
PHYSICAL EDUCATION  
AND SPORTS SCIENCES**

Volume  
Issue  
October

**İÇİNDEKİLER**

**HAREKET VE ANTRENMAN  
BİLİMLERİ**

Aerobik-Step ve Pilates Egzersizlerinin  
Kuvvet, Esneklik, Anaerobik Güç, Denge  
ve Vücut Kompozisyonuna Etkisi

**3 - 12**

Nezhat LİMAN  
Nevin ATALAY GÜZEL

**SPOR YÖNETİM BİLİMLERİ**

Takım Sponsorluğuna Tüketicilerin Verdiği  
Cevabı Belirleyen Etmenler ve  
Sponsorluğun Tüketicilere Olan Etkileri:  
Futbol-Efes Pilsen ve Basketbol-Garanti  
Bankası Sponsorluğu Örnekleri

**13 - 30**

Sema ALAY  
A. Faik İMAMOĞLU  
Settar KOÇAK

Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu  
Yöneticilerinin Dönüşümcü ve Etkileşimci  
Liderlik Stilllerinin İncelenmesi

**31 - 46**

Erkan Faruk ŞİRİN  
A. Azmi YETİM

**SPOR SAĞLIK BİLİMLERİ**

Taekwon Do ve Muay Thai Branşlarındaki  
Sporcularda Sakatlıkların Araştırılması

**47 - 53**

Metin KAYA  
Fatma ARSLAN  
Latif AYDOS  
Mehmet KUMARTAŞLI

**CONTENTS**

**MOVEMENT AND TRAINING  
SCIENCES**

The Effects of Aerobic-Step and Pilates  
Exercise on Strength, Flexibility, Anaerobic  
Power, Balance and Body Composition

**SPORTS MANAGEMENT SCIENCES**

Factors Affecting Consumers' Response  
To Team Sponsorship and Effects of This  
Sponsorship on Consumers: Cases of  
Football-Efes Sponsorship and Basketball-  
Garanti Bank Sponsorship

Investigating The Transformational and  
Transactional Leadership Styles of  
Physical Education and Sports School  
Managers

**SPORTS HEALTH SCIENCES**

Research of Athlete's Injuries in the  
Branches of Taekwon Do and Muay Thai



# **AEROBİK-STEP VE PİLATES EGZERSİZLERİNİN KUVVET, ESNEKLİK, ANAEROBİK GÜÇ, DENGE VE VÜCUT KOMPOZİSYONUNA ETKİSİ**

**Nezahat LİMAN \***  
**Nevin ATALAY GÜZEL \*\***

## **ÖZET**

*Bu çalışmanın amacı aerobik-step ve pilates egzersizlerinin kuvvet, esneklik, anaerobik güç, denge ve vücut kompozisyonu üzerine etkinliğinin karşılaştırılmasıdır.*

*Araştırmaya ODTÜ'de çalışan toplam 30 sedanter kadın gönüllü olarak katılmıştır. Kendi seçimleriyle aerobik-step ve pilates programlarına kayıt olan deneklerden, aerobik-step (n:15, 39.26 ± 3.19 yaş) ve pilates (n:15, 38.13 ± 2.84 yaş) olacak şekilde iki grup oluşturulmuştur. Çalışmada denekler 8 hafta boyunca, haftada 3 gün, 60 dakikalık aerobik-step ve pilates programlarına katılmışlardır. Antrenman programının başında ve 8 haftanın sonunda deneklerin boy, kilo, vücut yağ yüzdeleri, bel/kalça oranları, bacak kuvvetleri, esneklikleri, anaerobik güçleri ve dinamik denge skorları alınmıştır.*

*Çalışmanın sonunda, her iki antrenman biçiminde de fiziksel ve fizyolojik parametrelerde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Aerobik-step çalışmasının pilatese göre daha çok vücut ağırlığı ve vücut yağ yüzdesinde anlamlı ölçüde azalma sağladığı (p<0.05), pilates çalışmasının ise denge ve esneklik değerlerinde anlamlı artışlar sağladığı görülmüştür (p<0.05).*

**Anahtar Kelimeler :** Aerobik-step, pilates, kuvvet, esneklik, anaerobik güç, denge, vücut kompozisyonu.

---

Geliş tarihi: 16.12.2008; Yayına kabul tarihi: 25.02.2009

\* ODTÜ Spor Merkezi, ANKARA

\*\* Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Bölümü, ANKARA

## **THE EFFECTS OF AEROBIC-STEP AND PILATES EXERCISE ON STRENGTH, FLEXIBILITY, ANAEROBIC POWER, BALANCE AND BODY COMPOSITION**

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to analyze the effectiveness of aerobic-step and pilates programs on strength, flexibility, anaerobic power, balance and body composition.*

*30 female people who work at METU have participated in the research voluntarily. They have chosen to participate in weather aerobic-step or plates by their own will. Same number (n:15) of people has been participated for the each group. To be able to get information related to the participants' physical, physiological and anthropometric characteristics, anthropometric and performance tests were applied two times before and after the 8 week training. Their body weights, heights, percentages of body fatness, waist/hip ratios, leg strengths, flexibilities, anaerobic powers, dynamic balances, were measured.*

*In conclusion, there were significant differences in physical and physiological parameters. It has been approved that, aerobic-step would be more effect on body weight and fat percent ( $p<0.05$ ); pilates programme provided the most effect on balance and flexibility parameters ( $p<0.05$ ).*

**Key words:** Aerobic-step, pilates, strength, flexibility, anaerobic power, balance, body composition.

### **GİRİŞ**

Düzenli yapılan egzersizin bireylerin fiziksel uygunluğu geliştirerek hipokinetik hastalıkların oluşumunu ve ilerlemesini engellediği bilinmektedir. Fiziksel uygunluk; kardiovasküler dayanıklılık, kas kuvveti, denge, kassal dayanıklılık, vücut kompozisyonu ve esneklik öğelerinden oluşmaktadır<sup>(8,22)</sup>.

Jakise Stevenson tarafından 1970'lerde tanıtilen aerobik dans, devamlı kalistenik egzersizlere oldukça benzer olmasına rağmen, müziğin ritmi ile dans adımlarını içerir. Aerobik bir çalışma olan step egzersizlerinin en önemli özelliği kullanılan yükseklik, düzenli ritim ve nefes alış verişleriyle kaslara gönderilen oksijen miktarı ile enerji üretiminin hızlı artışıdır. Step, çok tekrarlı az yüklenmeli çalışmalarda olduğu gibi yağ oranının azalmasına aerobik çalışma ile birlikte yardımcı olur. Fazla miktardaki vücut yağı vücut ağırlığında artışa neden olarak hipokinetik hastalıklardan biri olan şişmanlığa yol açar. Şişmanlık ise diyabet, koroner arter hastalığı, hipertansiyon, inme, akciğer hastalıkları, kas-iskelet sistemi sorunları ve psikolojik problemler gibi pek çok hastalığın oluşumuyla doğrudan ilgilidir<sup>(9)</sup>.

Pilates egzersizleri diğer aerobik ve dans egzersizlerine göre daha az şiddette bir egzersiz olmasına rağmen, hareketlerin yapılışı sırasındaki konsantrasyon, kontrol, merkezlenme, akıcı hareket ritmi, hareketin kesinliği ve nefes kullanma tekniği ile sağlıklı bir vücut için oldukça önemli bir egzersiz türüdür. Yapılan bazı çalışmalarda pilates egzersizlerinin kalp hastalıkları riskini azalttığı, osteoporozu önlediği, vücudu biçimlendirdiği, denge, esneklik ve kuvveti geliştirdiği gösterilmiştir<sup>(12,15,16)</sup>.

Aerobik egzersizler ve pilates çalışmasının genel olarak fiziksel uygunluğa, fizyolojik ve fiziksel birçok parametreye olumlu etkilerinin olduğu düşünülmektedir. Bireyler sağlık ve zindelik olarak iyi olma yolunda ilerledikçe daha sağlıklı bir toplum olma yolunda adımlar da atılmış olur.

Çalışmanın amacı, orta yaş kadınlarda 8 hafta süreyle uygulanan aerobik-step ve pilates egzersiz programının, kuvvet, esneklik, denge, anaerobik güç ve vücut kompozisyonuna etkisinin incelenmesi ve iki egzersiz programının etkinliğinin karşılaştırılmasıdır.

## **YÖNTEM**

### **Denekler**

Bu çalışmaya 35 yaş ve üzeri ODTÜ'de çalışan 30 kadın gönüllü olarak katılmıştır. Denekler kendi seçimleriyle aerobik-step ve pilates çalışmasına kayıt olarak 15 aerobik-step ve 15 pilates şeklinde gruplandırılmıştır. Çalışma başlamadan önce kendilerine çalışma hakkında bilgi verilmiş ve aydınlanmış onamları alınmıştır. Deneklerin fiziksel özellikleri Tablo 1'de gösterilmiştir.

### **Egzersiz Programı**

Çalışmada denekler 8 hafta boyunca, haftada 3 gün, 60 dakikalık aerobik- step ve pilates programlarına katılmışlardır. Karvonen metoduna göre %80 kalp atım sayısı şiddetinde planlanan çalışmada, aerobik-step çalışmasına katılan kadınlar, ilk 5 dk. düşük tempolu ısınma amaçlı hareketlerden sonra belli bir düzendeki vücut hareketlerini müzik ve ritim eşliğinde yaklaşık 20 dk. yapmışlardır. Çalışmanın ikinci kısmı olan step çalışmasında step tahtası kullanılmıştır ve yine müzik ve ritim eşliğinde step tahtasına (boy 70 cm, en 30 cm, yükseklik 10 cm) belli aralıklarla çıkıp inmek suretiyle 20 dk. egzersize katılmışlardır. Ardından 10 dakika süresince karn ve bacaklar için yer egzersizleri, son olarak da 5 dakika toparlanma ve stretching egzersizleri ile çalışmayı tamamlamışlardır. Pilates çalışmalarında materyal olarak, 65 cm çapında yumuşak jimnastik topu, pilates çemberi ve lastik bantlar kullanılmıştır. Çalışmaya 10 dakika ayakta yavaş tempoda ısınma alıştırmaları ile başlanmış, daha sonra aletli ve aletsiz 40 dakika süresince pilates egzersizleri, son olarak da bütün kas gruplarını rahatlatmak için 10 dk. toparlanma ve stretching uygulaması ile program tamamlanmıştır. Bütün çalışma boyunca doğru yerde ve doğru teknikte nefes çalışmasına dikkat edilmiştir.

### **Ölçüm Metotları**

8 hafta süren antrenman programından hemen önce ve sonra deneklerin boy, vücut ağırlığı, deri kıvrımı kalınlığı, çevre ölçümleri gibi vücut kompozisyonu parametreleri yanında dikey sıçrama, anaerobik güç, bacak kuvveti, denge ve esneklik testleri yapılmıştır.

**Vücut Kompozisyonu:** Vücut ağırlığı 0.1 kg hassasiyetteki kantar ile boy 0.01 cm hassasiyette dijital boy ölçer aletiyle ile belirlenmiştir. Deneklerin vücut yağ yüzdelerinin tayini amacıyla derialtı yağ kalınlığı triceps ve suprailiac bölgelerinden; skinfold kaliper aletiyle

milimetre cinsinden ölçülmüştür. Deneklerin vücut yağ yüzdelerini belirlemek için Sloan ve Weir Formülü kullanılmıştır<sup>(20)</sup>. Deneklerin bel çevresi mezura ile gövdenin en dar yerinden yere paralel şekilde ölçülmüş ve cm cinsinden kaydedilmiştir. Deneklerin kalça çevresi, taytları üzerinden mezura ile her iki kalçanın en geniş çıkıntısını da içine alacak şekilde ölçülmüş, cm cinsinden kaydedilmiştir.

**Kuvvet:** Bacak kuvvetleri Lafayette Instrument Company tarafından üretilen 23527-3 model bacak dinamometresi kullanılarak tespit edilmiştir.

**Esneklik:** Otur – uzan testi ile deneklerin esneklikleri ölçülmüştür.

**Anaerobik Güç:** Deneklerin dikey sıçrama mesafesi Sport Expert cihazı ile deneğin kilo, sıçrama anı basıncı, havada kalış süresi ve yere düşme basınçlarını değerlendiren fotosel sistemine göre belirlenmiş ve Lewis Formülüne göre kgm/sn cinsinden hesaplanmıştır.

**Denge:** Bu çalışmada deneklerin dinamik denge ölçümleri için BİODEX MED-SP 300 dinamik denge ölçüm platformu kullanılmıştır. Ölçüm sonunda elde edilen yüksek sayı, mevcut hareketin katılımcının denge merkezinden uzak olduğunu, düşük sayı ise test sırasında en az hareket olduğunu göstermektedir.

#### **İstatistiksel Analiz**

Elde edilen verilerin istatistiksel analizleri SPSS 13.0 paket programında grupların kendi içlerindeki karşılaştırmaları Mann-Whitney U testi ile, iki grubun birbiriyle olan karşılaştırmaları da Wilcoxon Signed Ranks Testi ile yapılmış, anlamlılık düzeyi  $p < 0.05$  olarak alınmıştır.

## **BULGULAR**

**Tablo 1: Çalışmaya Katılan Bireylerin Bazı Fiziksel Özellikleri**

	<b>AEROBİK – STEP (n:15)</b>	<b>PİLATES (n:15)</b>
<b>Yaş</b>	39.26 ± 3.19	38.13 ± 2.84
<b>Boy</b>	162.36 ± 6.53	162.76 ± 6.66
<b>Vücut Ağırlığı (1)</b>	72.12 ± 6.89	59.88 ± 9.21
<b>Vücut Ağırlığı (2)</b>	70.66 ± 6.99*	59.72 ± 9.26

(\*  $p < 0.05$ ) 1. Egzersiz Periyodu Öncesi 2. Egzersiz Periyodu Sonrası

Çalışmaya katılan grupların 8 haftalık aerobik-step egzersizi sonrası vücut ağırlığı değerleri % 2 oranında istatistiksel anlamlı azalmıştır ( $p < 0.05$ ).

**Tablo 2: Çalışmaya Katılan Grupların Egzersiz Programı Öncesi ve Sonrası Performans ve Vücut Kompozisyonu Ölçümlerinin Karşılaştırılması**

	AEROBİK-STEP GRUBU N=15			PİLATES GRUBU N=15		
	X1 ± SS	X2 ± SS	p	X1 ± SS	X2 ± SS	p
<b>Bacak Kuvveti</b>	25,06±4,23	33,13±4,04	,001*	26,56±12,92	35,16±12,34	,001*
Esneklik (cm)	17,13±6,84	20,33±6,94	,001*	24,56±6,47	28,60±6,10	,001*
<b>Anaerobik güç (kgm/sn)</b>	57,06±9,78	63,13±7,66	,001*	54,83±9,48	62,38±7,13	,001*
<b>Dikey sıçrama (cm)</b>	9,60±3,33	11,80±2,98	,001*	10,60±3,52	13,60±2,97	,001*
<b>Dinamik Denge</b>	6,67±2,23	5,32±1,68	,001*	13,63±4,44	8,23±2,98	,001*
<b>Suprailiac (mm)</b>	19,71±5,60	18,35±5,43	,001*	19,51±8,30	19,02±8,17	,408
<b>Triceps (mm)</b>	18,84±4,63	17,70±4,62	,001*	23,46±5,70	18,74±4,27	,046**
<b>Vücut Ağırlığı (kg)</b>	72,12±6,89	70,66±6,99	,001*	59,88±9,21	59,72±9,26	,205
<b>BKI (kg/m<sup>2</sup>)</b>	27,26±1,42	26,70±1,41	,001*	23,02±3,91	22,94±3,90	,001*
<b>VYY (%)</b>	23,59±4,56	22,85±4,02	,001*	23,85±4,67	23,20±4,43	,008*
<b>Bel Çevresi (cm)</b>	81,72±8,50	80,62±8,49	,001*	87,33±7,00	85,00±6,54	,001*
<b>Kalça Çevresi (cm)</b>	100,60±7,89	98,23±7,38	,001*	96,70±7,73	95,93±7,47	,007*
<b>B/K Oranı</b>	0,81±0,37	0,82±0,44	,429	0,90±0,12	0,88±0,68	,008*

\*p<0.05

X1: 8 haftalık egzersiz programı öncesi, X2: 8 haftalık egzersiz programı sonrası

Aerobik-step grubunun bel/kalça oranı dışında diğer tüm parametrelerde antrenman periyodu sonrasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gözlenmiştir (p<0.05).

Pilates grubunda ise, antrenmanlara başlamadan önce aerobik-step grubunun değerlerine benzerlik gösterirken, 8 haftalık pilates çalışmasının sonucunda suprailiac deri kıvrımı kalınlığı ve vücut ağırlığı dışında tüm değerlerde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar (p<0.05) bulunmuştur.

**Tablo 3: Çalışmaya Katılan Grupların Performans ve Vücut Kompozisyonu Ölçümlerinin Birbiri ile Karşılaştırılması**

	AEROBİK-STEP			PİLATES		
	X1 ± SS	X1 ± SS	P	X2 ± SS	X2 ± SS	P
Bacak Kuvveti	25,06 ± 4,23	26,56 ± 12,92	,486	33,13 ± 4,04	35,16 ± 12,34	,325
Esneklik (cm)	17,13 ± 6,84	24,56 ± 6,47	,011*	20,33 ± 6,94	28,60 ± 6,10	,002*
Anaerobik Güç (kgm/sn)	57,06 ± 9,78	54,83 ± 9,48	,539	63,13 ± 7,66	62,38 ± 7,13	,486
Dikey Sıçrama (cm)	9,60 ± 3,33	10,60 ± 3,52	,567	11,80 ± 2,98	13,60 ± 2,97	,148
Dinamik Denge	6,67 ± 2,23	13,63 ± 4,44	,037*	5,32 ± 1,68	8,23 ± 2,98	,021*
Suprailiac (mm)	19,71 ± 5,60	19,51 ± 8,30	,019*	18,35 ± 5,43	19,02 ± 8,17	,074
Triceps (mm)	18,84 ± 4,63	23,46 ± 5,70	,683	17,7 ± 4,62	18,74 ± 4,27	1,000
Vücut Ağırlığı (kg)	72,12 ± 6,89	59,88 ± 9,21	,000*	70,66 ± 6,99	59,72 ± 9,26	,001*
BKI (kg/m <sup>2</sup> )	27,26 ± 1,42	23,02 ± 3,91	,756	26,70 ± 1,41	22,94 ± 3,90	,922
VYY (%)	23,59 ± 4,56	23,85 ± 4,67	,000*	22,85 ± 4,67	23,20 ± 4,43	,004*
Bel Çevresi (cm)	81,72 ± 8,50	87,33 ± 7,00	,037*	80,62 ± 8,49	85,00 ± 6,54	,161
Kalça Çevresi (cm)	100,60 ± 7,89	96,70 ± 7,73	,161	98,23 ± 7,38	95,93 ± 7,47	,412
B/K Oranı	0,81 ± 0,37	0,90 ± 0,12	,285	0,82 ± 0,44	0,88 ± 0,68	,90

\*p<0.05 X1:8 haftalık egzersiz programı öncesi, X2: 8 haftalık egzersiz programı sonrası

Aerobik-step ve pilates grubunun birbiriyle karşılaştırıldığı Tablo 3'de görüldüğü gibi esneklik, dinamik denge, vücut ağırlığı ve vücut yağ yüzdesi değerleri hem birinci hem de ikinci ölçümlerinde anlamlı (p<0.05) farklılıklar göstermiştir. Suprailiac deri kıvrım kalınlığı ve bel çevresi yalnız birinci ölçüm sonucunda anlamlı (p<0.05) bulunmuştur. Bacak kuvveti, anaerobik güç, dikey sıçrama, triceps deri kıvrım kalınlığı, kalça çevresi ve bel-kalça oranı değerlerinde birinci ve ikinci ölçüm sonuçlarında anlamlı bir fark bulunmamıştır (p>0.05).

## TARTIŞMA

Sedanter kadınlara uygulanan 8 haftalık aerobik-step ve pilates egzersizleri sonucunda, her iki egzersiz türünün de pozitif yönde fiziksel ve fizyolojik farklılıklara sebep olduğu belirlenmiştir. Pilates çalışmaları özellikle denge ve esneklik değerlerinde anlamlı artışlara sebep olurken, aerobik-step çalışmalarının vücut kompozisyonu üzerine anlamlı etkilerinin olduğu tespit edilmiştir (p<0.05).

İnaktif yaşam şeklini seçen bireylerde görülen bazı fiziksel ve psikolojik problemlerin çözümünde gerekli görülen spor aktivitelerinin önemi, yapılan pek çok çalışmayla ortaya konulmuştur. Sedanter yaşam tarzının insan sağlığına olumsuz etkilerinin gösterilmesinden sonra ortaya çıkan fitness programlarında yapılan egzersizler, genellikle insan sağlığını ve fiziksel uygunluğu geliştirici yönde olmaktadır.



Kravitz ve arkadaşları<sup>(10)</sup>, 12 hafta süreyle ağırlıklı ve ağırlıksız step-aerobik eğitimin kardiorespiratör fitness, vücut kompozisyonu ve kas kuvvetine etkilerini karşılaştırdığı çalışmada, her iki aerobik programında bu parametreler üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu belirtmiştir. Segal ve arkadaşları, yetişkinlerde (42 kadın, 42 erkek) 2, 4 ve 6 aylık periyotlarla uygulattığı pilates egzersiz programı sonucunda esneklik değerlerinde anlamlı artış bulmuşlardır. Buna rağmen vücut kompozisyonunda önemli bir değişiklik görülmemiştir<sup>(15)</sup>. Scharaff ve arkadaşları (1991) yaptıkları çalışmalarında, 10 sağlıklı kadında 20 dakikalık devamlı kareografik step egzersizinin akut kardiovasküler ve metabolik cevaplarını araştırmıştır. Çalışma sonucunda aerobik stepin fiziksel uygunluğu geliştirdiğini ortaya koymuştur<sup>(13)</sup>. Zorba ve arkadaşları ise, 18-24 yaşları arasında olan kadınlara 8 hafta, haftada 3 gün step egzersizi uygulamışlar ve çalışma sonunda deney grubunun dikey sıçrama, esneklik ve aerobik güç değerlerinde anlamlı bir artış bulmuşlardır<sup>(22)</sup>.

Düzenli egzersizin orta-yaşlı bireylere faydaları ile ilgili bilgiler azımsanmayacak kadar fazladır ve pek çok kişi ileri yaşlarda yapılan fiziksel egzersizin performans artışı sağlayarak fiziksel uygunluklarını olumlu yönde etkileyeceğinin farkındadır<sup>(11)</sup>. Yapılan bu çalışmada da tüm fiziksel uygunluk parametreleri her iki egzersiz grubunda da anlamlı artış göstermiştir ( $p < 0.05$ ). Bunun yanı sıra vücut kompozisyonunda da istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar bulunmuştur ( $p < 0.05$ ). Yapılan çalışmalar birçok yönden araştırmamızı destekler niteliktedirler.

Denge, duyuşsal, motor ve biyomekaniksel bileşenlerle koordine edilen aktiviteleri içeren karmaşık bir süreçtir. Özel bir pozisyonda veya hareket sırasında postür ve dengenin sürdürülmesi ve kontrol edilmesi fiziksel aktivite için temeldir. İnsanın denge sağlamadaki yeteneği, diğer motor sistemlerin gelişmesinde belirleyici bir faktör olarak tanımlanabilir<sup>(4)</sup>.

Hall, 65-85 yaş arası 31 erkek ve kadında pilatesin statik ve dinamik denge üzerine etkisini araştırmış ve 10 haftalık çalışma sonucunda denge skorlarında anlamlı fark bulmuştur<sup>(5)</sup>. Kuvvet antrenmanının orta yaş ve üstü kadınlarda denge üzerine etkilerinin araştırıldığı bir başka çalışmada; bu antrenmanın kas kütlelerinde önemli artışa neden olduğu gösterilmiştir. Uygulanan kuvvet antrenmanı protokolu, her iki yaş grubunda da, mevcut dinamik balans test performansında bir iyileşmenin yanı sıra, bacak ekstansörlerinin maksimal ve patlayıcı kuvvet özelliklerinde büyük artışlara yol açmıştır<sup>(6)</sup>. Schlicht ve arkadaşlarının, yaşlı yetişkinlerde yoğun kuvvet antrenmanının denge, yürüme hızı ve oturma kalkma performansına etkisi üzerine yaptıkları çalışmalarında; kas kütlesi ve gücünün yaşlanmayla azaldığını ve ortaya çıkan kas zayıflığının yaşlı yetişkinlerde düşme riskinde artışa neden olduğunu ifade etmişlerdir. Çalışma, tek başına kuvvet antrenmanının dengeye ve oturma kalkma performansına etkisinin olmadığını, ama maksimal yürüyüş hızını iyileştirebileceğini ortaya koymaktadır<sup>(14)</sup>. Bu çalışmada da kullandığımız Biodex marka MED-SP 300 dinamik denge aleti ile benzer bir sonuç olarak, orta yaş grubuna uygulanan egzersiz ile dinamik denge arasındaki ölçüm sonuçlarında her iki grupta da anlamlı farklar bulunmasına rağmen, pilates egzersizinin denge becerisine etkisi daha belirgin olmuştur.

Ayrıca bacak kuvveti, dikey sıçrama ve anaerobik güç değerleri hem aerobik-step hem de pilates grubunda anlamlı artmış olmasına rağmen iki antrenman programının birbirine üstünlüğü gösterilememiştir. Ancak esneklik ve dinamik denge yine her iki antrenman programı sonunda gelişmiş olmasına rağmen pilates grubundaki artışlar aerobik-step grubundan istatistiksel anlamlı farklı bulunmuştur.

Vücut kompozisyonu genel olarak yağ, kemik, kas hücreleri, diğer organik maddeler ve hücre dışı sıvıların orantılı bir şekilde bir araya gelmesinden oluşur<sup>(21)</sup>. Vücut kompozisyonunun değerlendirilmesinde, yaygın olarak yağ ve yağsız doku komponentleri kullanılmaktadır<sup>(7,9,11)</sup>. Turan ve arkadaşlarının, Cumhuriyet Üniversitesi'nde okuyan sedanter bireyler ile antrenmanlı sporcular arasında derialtı yağ kalınlıkları açısından yaptığı çalışmada, sedanter bireylerin daha yüksek oranda yağ dokusuna sahip olduğunu göstermişlerdir<sup>(18)</sup>. Bir başka çalışmada 8 haftalık step ve aerobik dans uygulamasının 48 kadın öğrenci üzerinde fizyolojik etkilerine bakılmış ve step grubunun kontrollere göre yağ ağırlığında, baldır çevresinde yağsız vücut ağırlığında ve esnekliklerinde anlamlı artışlar gözlenmiştir. Vücut yağ yüzdeleri hem step hem aerobik dans gruplarında anlamlı azalmış ancak step ve aerobik dans grupları arasında tüm parametrelerde farklılık bulunamamıştır<sup>(9)</sup>.

Yapılan bu çalışmada ise, aerobik-step grubunun vücut yağ yüzdesi değerlerinde anlamlı düşüş saptanmıştır ( $p < 0,05$ ). Ayrıca aerobik-step grubunun vücut ağırlığı anlamlı azalmışken pilates grubunda farklılık olmamıştır. Derialtı yağ kalınlığında aerobik-step grubunda suprailiac ve triceps değerlerinde anlamlı azalma gözlenirken pilates grubunda sadece triceps derialtı yağ kalınlığı anlamlı bir azalmıştır. Çevre ölçümlerinde ise her iki grupta da bel ve kalça çevresinde anlamlı fark bulunurken bel/kalça oranında yalnız pilates grubunun verileri anlamlı bulunmuştur. Obezitenin komplikasyonları en çok abdominal obezite ile ilişkilidir. Santral obezite android, sıklıkla kadınlarda görülen alt beden tipi obezite de jinoid obezite olarak adlandırılır. Bel-kalça oranı bu iki tip obeziteyi ayırmak için kullanılır<sup>(9)</sup>.

18-33 yaşları arasında kadınlarda 12 haftalık step çalışmasından sonra vücut kompozisyonu ve kardio-respiratuar fitness değişikliklerinin araştırıldığı bir çalışmada dinlenme kalp atımının, maksimal oksijen alımının düştüğü gözlenmiş, ancak vücut kompozisyonunda herhangi bir değişiklik tespit edilmemiştir<sup>(19)</sup>. Yapılan bir başka çalışmada da, egzersiz yapan bir grupla, sedanter bir grup kadını, antropometrik özellikleri yönünden kıyaslamışlar, ancak iki grup arasında anlamlı bir farklılığa rastlamamışlardır<sup>(17)</sup>.

Akdur ve arkadaşları (2007) yürüme+diyet, step-aerobik+diyet ve yalnızca diyetin kadınlarda obezite üzerine etkisini araştırdığı çalışmalarında, kilo vermede en etkili tedavi yönteminin düşük kalorili diyetle birlikte yapılan step-aerobik antrenmanı olduğunu ifade etmişlerdir<sup>(1)</sup>. Yapılan bir başka çalışmada da<sup>(2)</sup>, 31 sağlıklı kadına 6 ay süre ile haftada 5 gün rezistans ve aerobik kombinasyonundan oluşan bir egzersiz programı uygulamışlar ve antrenman sonunda beden

kitle indekslerinde %2,2 oranında bir azalma kaydetmişlerdir. Bu çalışmada ise hem aerobik-step hem de pilates grubunda antrenmanlar neticesinde beden kitle indeksi istatistikinde anlamlı azalma ( $p<0.05$ ) tespit edilmiştir.

Sonuç olarak orta yaş bayanlarda 8 hafta süreyle uygulanan aerobik-step ve pilates egzersizlerinin birbiriyle karşılaştırıldığı bu çalışmada her iki egzersiz programının da birçok olumlu değişikliğe sebep olduğu görülmüştür. Bu değişikliklerin korunması, ideal bir vücut ve sağlık için buna benzer programların ve bunların kombinasyonlarının orta ve ileri yaşlardaki kadınlarda düzenli olarak uygulanması gerektiği söylenebilir.

#### **KAYNAKLAR**

1. Akdur H, Sözen AB, Yiğit Z, Balota N, Özen G. Yürüme ve Step-Aerobik Egzersizlerinin Obez Kadınların Fizik Parametreleri Üzerine Etkisi. İstanbul Tıp Fakültesi Dergisi. 2007; 70(3): 064-069.
2. Çolakoğlu FF, Karacan S. Genç Bayanlar İle Orta Yaş Bayanlarda Aerobik Egzersizinin Bazı Fizyolojik Parametrelere Etkisi. Kastamonu Eğitim Dergisi 2006; 14(1) : 277-284.
3. Della Valle E, Grimaldi R, Farinara E. Importance of Physical Activity for Prevention of Chronic Diseases. Ann Ig. 2008; 20(5): 485-93.
4. Erkmn N, Suveren S, Göktepe AS, Yazıcıoğlu K. Sporcuların Egzersiz Sonrası Denge Performanslarının Karşılaştırılması. SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 2007; 5(3): 115-122.
5. Hall DW. The Effect of Pilates-Based Training on Balance and Gait in an Elderly Population. Master Thesis. Sandiago State University Department of Exercise and Nutritional Sciences; 1998.
6. Holviala JH, Sallinen JM, Kraemer WJ, Alen MJ, Hakkinen KK. Effects of Strength Training on Muscle Strength Characteristics, Functional Capabilities, and Balance in Middle-Aged and Older Women Journal of Strength and Conditioning Research, 2006; 20: 336-344.
7. Karacan S, Çolakoğlu FF. Sedarter Orta Yaş Bayanlar İle Genç Bayanlarda Aerobik Egzersizin Vücut Kompozisyonu ve Kan Lipidlerine Etkisi. SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 2003, 1(2): 83-88.
8. Kin A, Koşar ŞN, Tuncel F. 8 Haftalık Step ve Aerobik Dansın Üniversiteli Bayanların Fiziksel Uygunluğuna Etkisinin Karşılaştırılması. Spor Bilimleri Dergisi, 1996; 3: 21-31.
9. Kopelman PG. Obezite ve İlişkili Hastalıkların Tedavisi. 1.Baskı. İstanbul: And Yayıncılık; 2003.
10. Kravitz L, Heyward VH, Stolarczyk LM, Wilmeding V. Physical Fitness Programs and Activities Weight-training. Journal of Strength and Conditioning Research 1997; 11(3): 194-199.
11. Macfarlane DJ, Taylor LH, Cuddihy TF. Very Short Intermittent vs Continuous Bouts of Activity in Sedentary Adults. Prev Med. 2006; 43(4): 332-6.
12. Robinson L, Hunter F. Pilates Plus Diet, 1st edition. London. Pan Books 2003.
13. Scharaff-Olson M, Williford HN, Smith HF. The Heart Rate  $VO_2$  Relationship of Aerobic Dance: A Comparison of Target Heart Rate Methods. Journal of Sports Medicine and Physical Fitness 1991; 32: 372-377.
14. Schlicht J, Camaione DN, Owen SV. Effect of Intense Strength Training on Standing Balance, Walking Speed, and Sit-To-Stand Performance in Older Adults. The Journals of Gerontology 2001; 56(5): 281-286.
15. Segal NA, Hein J, Basford JR. The Effects of Pilates Training on Flexibility and Body Composition: An Observational Study. Arch Phys Med Rehabil 2004; 85: 1977-81.
16. Solomon L. Yogalates. 1st edition. London. Virgin Books Ltd 2003; p.25.

17. Stanford D, Stanforth PR, Velasquez KS. Aerobic Requirement of Bench Stepping. *International Journal of Sports Medicine*, 1993; 14: 129-133.
18. Turan T, Kayseriliođlu A, Őentürk D, Subaşı FF, Güler Ç. Sedanter Bayanlarda 8 Haftalık Submaximal Egzersiz Programının Fizyolojik Parametrelerine Etkisi. *Spor Bilimleri 2. Ulusal Kongresi Bildirileri*. Ankara 1992; p.214.
19. Velasques KS, Wilmore JH. Changes in Cardio Respiratory Fitness and Body Composition After a 12 Week Bench Step Training Program. *Medicine and Science in Exercise and Sport*, 1991; p.78.
20. Verducci F. *Measurement Concepts in Physical Education*. 1st edition. London: The C.V. Mosby Company, 1980; p.227.
21. Zorba E, Kartal R. *Sağlığınız ve Egzersiz*. Ankara 1995; p.8-9-20.
22. Zorba E, Yaman R, Yıldırım S, Saygın Ö. 18-24 Yaş Grubu Sedanter Bayan Öğrencilerde 8 Haftalık Step Uygulamasının Bazı Fiziksel Uygunluk ve Antropometrik Deđerlere Etkisi. 1. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Kongresi*. Ankara 2000.

# TAKIM SPONSORLUĞUNA TÜKETİCİLERİN VERDİĞİ CEVABI BELİRLEYEN ETMENLER ve SPONSORLUĞUN TÜKETİCİLERE OLAN ETKİLERİ: FUTBOL-EFES ve BASKETBOL-GARANTİ BANKASI SPONSORLUĞU ÖRNEKLERİ\*

Sema ALAY \*

A.Faik İMAMOĞLU \*\*

Settar KOÇAK \*\*\*

## ÖZET

*Bu araştırmanın amacı, sporda takım sponsorluğuna tüketicilerin verdiği cevabı belirleyen unsurların tüketicilere olan etkilerini sponsorun ürünü ile ilgilenme, benimseme ve kullanım bağlamında araştırmaktır. Araştırmaya 139 bayan ve 145 erkek olmak üzere toplam 284 üniversite öğrencisi katılmıştır. Verilerin toplanılmasında Sponsorluk Değerlendirme Ölçeği (Alay, 2004) kullanılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde, betimleyici istatistik, regresyon analizi ve ilişkisiz ölçümler t-testi yapılmıştır. Bulgular, katılımcıların sponsorluğa verdiği cevapta (ürünle ilgilenme, ürünü benimseme ve ürün kullanımı) "sponsor-etkinlik uyumu", "sponsorum imajı", "etkinliğe yönelik sevgi", "sponsorun samimiyeti" ve "tüketicilerin sponsora yönelik tutumları"nın en anlamlı etkiyi yaratan unsurlar olduğunu göstermiştir. Sponsor-etkinlik çifti değerlendirildiğinde, bu araştırmada ele alınan değişkenlerin çoğunda Basketbol-Garanti Bankası sponsorluğunun, Futbol-Efes sponsorluğuna göre daha başarılı olduğu söylenebilir. Araştırmanın sonuçlarına göre, varolan sponsorluklar ve muhtemel sponsorluklar için, spor alanında hizmet veren yöneticilere ve firmaların sponsorlukla ilgili birimlerinde hizmet veren bireylere önerilerde bulunulmuştur.*

**Anahtar Kelimeler :** Spor sponsorluğu, Sponsorluk değerlendirme, Tüketici.

Geliş tarihi: 16.12.2008; Yayına kabul tarihi: 20.03.2009

\* GÜ, BESYO, Spor Yöneticiliği Bölümü, ANKARA

\*\* GÜ, BESYO, Spor Yöneticiliği Bölümü, ANKARA

\*\*\* ODTÜ, Eğitim Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Bölümü, ANKARA

\* Bu araştırma, Doktora tez çalışmasının bir parçasıdır. Araştırmada adı geçen ölçeği kullanmak isteyenler, sorumlu yazardan temin etmelidirler.

## **FACTORS AFFECTING CONSUMERS' RESPONSE TO TEAM SPONSORSHIP AND EFFECTS OF THIS SPONSORSHIP ON CONSUMERS: CASES OF FOOTBALL-EFES SPONSORSHIP AND BASKETBALL-GARANTI BANK SPONSORSHIP**

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to examine the effects of determinants of sports team sponsorship response on consumers with two real-sponsorship cases. A total of 284 undergraduate students (139 female and 145 male) aged between 18 and 30, participated in the study. Data were collected using a Sport Sponsorship Evaluation Scale (Alay, 2004). Multiple regression, zero-order and partial correlations, and t-test were used to analyze the data. The results indicated that "sponsor-event fit", "image of sponsor", "liking event", "sincerity of sponsor", and "attitude to sponsor" were the significant predictors of the respondents' interest, favor and use of sponsor's product. When evaluated, it can be said that Basketball-Garanti Bank sponsorship is more successful than Football-Efes sponsorship on most of the factors examined in this study. As a conclusion, it is suggested that sponsorship decision makers (sponsors and sponsees) should take into consideration the factors examined in this study when deciding on any sponsorship agreement or any ongoing sponsorship.*

**Key words:** Sport sponsorship, sponsorship evaluation, sponsorship response, consumer.

### **GİRİŞ**

Sponsorluk spor, sanat ve insani veya sosyal sebepli etkinliklerin finansmanı için kullanılmakta olan en önemli yöntemlerden biridir. Sponsorluk, bir birey, otorite veya bir mevcudiyete (sponsor olunan) doğrudan bir organizasyon tarafından (sponsor) para, iş gücü ve malzeme gibi bir takım kaynakların sağlanmasıyla, kurumsal, pazarlama veya medya amaçları anlamında ifade edilebilen sponsorun önceden tasarladığı promosyon stratejisi doğrultusunda çıkar elde edilirken, sponsor olunan mevcudiyetin faaliyetlerini sürdürmesini sağlamaktır (Pope, 1998)<sup>(2)</sup>. Tanımdan da anlaşılacağı üzere sponsorlukta sponsor ve sponsor olunan arasında bir ticari ilişki mevcuttur ve bu ilişki önceden belirlenmiş olan amaçlar doğrultusunda hayat bulmaktadır.

Sponsorluk pek çok fırsat sunan pazarlama iletişim araçlarından biridir (Quester ve Thompson, 2001). Kurumsal imajı artırmakta (Abratt ve Grobler, 1989), örgütsel iletişime değer katmakta, düşünce önderleri arasında iyi niyet duygularını artırmakta (Witcher, Craigen, Culligan, ve Harvey, 1991) ve marka farkındalığı yaratmaktadır (Hansen ve Scotwin, 1995). Tek bir sponsorlukla pek çok amaca ulaşmak mümkün olmasına karşın, bu amaçlara ne denli ulaşıp ulaşılamadığının da tespiti gerekmektedir. Sponsorun önceden belirlemiş olduğu amaçları, yapılan sponsorluğun etkisinin/sonucunun ölçülmesinde firmaların yol haritası olarak karşımıza çıkmaktadır (Abrat ve Grobler, 1989). Sponsorluk yönetiminde, sponsorluğa yapılan yatırımın geri dönüşü konusunda sponsorluğun etkilerinin değerlendirilmesi sponsorluk alan yazınında en çok tartışılan, tez ve antitezlerin bulunduğu ve kesin olarak dünya çapında kabul gören değerlendirme yöntemlerinin

ortaya konulmadığı bir konudur (Shanklin ve Kuzma, 1992; Thwaites, 1994). Meenaghan (1983)'a göre iletişim ve pazarlama karması araçlarının eş zamanlı kullanımı, önceden yapılan sponsorlukların etkisi, pazarlama iletişimi değişkenleri ile sponsorluğun yaratmış olduğu sinerji, sponsorlukla çok sayıda amaca ulaşma çabaları ve yapılan sponsorluğun medyada da yer alması, sponsorluğun değerlendirilmesini zorlaştırmaktadır.

Yapılan bilimsel araştırmalara göre, sponsorluğun etkilerini değerlendirmede en yaygın olarak kullanılan değerlendirme yöntemleri "medyada yer alma", "sponsorun isim fakındalığı" ve "sponsor-sponsor olunan arasındaki uyum" olarak gözükmektedir (Crimmins ve Horn, 1996; Easton ve Mackie, 1998; Meenaghan, 1996; Nicholls, Roslow ve Dublish, 1999; Otker ve Hayes, 1987; Parker, 1991; Quester, 1997; Stotlar, 1993). Bu yöntemler sponsor kurumlarca yaygınca kullanılmalarına karşın, sponsorluğun etkisini ölçmede ilk aşama yani, merdivenin birinci basamağı niteliğinde yöntemler olarak değerlendirilmekte ve tüketicilerin sponsorluktaki yerini anlamaya yönelik temel teşkil etmediği belirtilmektedir (Meenaghan, 2001).

Sponsorluğun temel hedefi tüketiciler veya toplum olduğuna göre, firmaların önceden belirlemiş olduğu amaçlara ulaşabilmeleri için, sponsorluğun etkisinin tüketiciler bağlamında ölçülmesi gerekmektedir. Hedef pazara ulaşmak için sponsorluk yoğun bir şekilde kullanılmasına karşın sponsorluğa tüketicilerin verdiği cevapla ilgili araştırmaların sayısındaki azlık dikkati çeker niteliktedir (Gardner ve Shuman, 1987; Meenaghan, 2001; Speed ve Thompson, 2000). Bu sebeple varolan sponsorlukların devamı ve gelecekteki sponsorluklara bir temel oluşturabilmek için sponsorluk-tüketiciler ve sponsorluğun etkileri bağlamında araştırmalara ihtiyaç vardır.

Yapılan sponsorluk sonrasında sponsorluğun etkilerinin değerlendirilmesinde kullanılacak olan firma amaçları ne olursa olsun, çoğu firmanın sponsorluktaki esas amacı ürün veya hizmet tüketimini artırmak, yani satışları artırmaktır (Abratt, Clayton ve Pitt, 1987; Turco, 1994). Örneğin, 1984'te Puma yılda ortalama on beş bin tenis raketi satarken, Pumanın Becker'e sponsor olması ve Wimbledon'da Becker'in başarısı ile Puma'nın tenis raketi satışları 15 binden 150 bine çıramıştır (Jeannet ve Hennessey, 1988). Sponsorluk, ürün satışlarını artıran bir uygulama olmasına karşın, hangi etkenlerin sponsorluktan ötürü insanları sponsorun ürünlerini satın almaya yönelttiğinin firmalarca ve etkinlik yöneticilerince bilinmesi, sponsorluğun çalışma mekanizması ve sponsorluğa nasıl karar verileceği konusunda bir yaklaşım sağlayabilir.

Alanyazın incelendiğinde, sponsorluk sonrasında tüketicilerin, sponsorun ürünü/markası ile olan ilişkilerinde bazı unsurların etkili olduğu ortaya çıkmaktadır (Crimmins ve Horn, 1996; Gwinner ve Eaton, 1999; Johar ve Pham, 1999; McDaniel, 1999; Speed ve Thompson, 2000). Tüketicilerde etki yapan bu unsurlar; sponsor olunan etkinlik, sponsorluk ve sponsorla ilgili unsurlardır, ki bunlar tüketicinin sponsorun ürünü ile ilgilenme, benimseme ve kullanımlarına etki etmektedir (Speed ve Thompson, 2000). Etkinlikle ilgili unsurlar; etkinliğin düzeyi, etkinliğe

duyulan sevgi/bağ yer alırken, sponsorla ilgili unsurlar; sponsora yönelik tutum, sponsorun samimiyeti, sponsorun sponsorluk yapma sıklığı ve seçiciliği ve sponsorun imajıdır. Sponsorlukla ilgili unsur ise sponsor-etkinlik uyumudur. Sponsorluk alan yazınındaki derleme çalışmaları, tüketicilerin sponsorluğa verdiği cevabın değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Cornwell ve Maignan, 1998; Walliser, 2003). Bu çalışmalar, sponsorluk yatırımlarının devamının sağlanmasında, sponsorluğun tüketicilerce nasıl algılandığı ve sponsorluk uyarıcısının tüketicilere nasıl cevaplar verdirdiğinin daha iyi anlaşılabilmesi için titizlikle kapsamlı araştırmaların yapılmasını ögütlemektedir.

Spor alanında gelir artırımını konusundaki sıkıntılar, son zamanlardaki ekonomik koşullardan dolayı daha da artmaktadır. Sponsorluk da gelir artırımını yöntemlerinden bir tanesidir ve ülkemizde henüz hem sponsorluk düşünen/yapan firmalarca hem de sponsorluk alacak taraflarca yeterince anlaşılammıştır. Bu sorun, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde daha fazla hissedilmektedir. Bu sebeple, sporda sponsorlukları artırabilmek için Türk Devleti, 3289 sayılı GSGM Teşkilat ve Görevleri Kanununda, 5105 sayılı kanunla değişiklik yapmıştır (25401 sayılı Resmi Gazete, 13.03.2004). Bu kanununa dayanılarak 13.09.2001 tarihli ve 24522 sayılı resmi gazetede yayınlanan GSGM Sponsorluk Yönetmeliği yürürlükten kaldırılmış, yerine 22.12.2005 tarihli GSGM Sponsorluk Yönetmeliği ile güncelleme yapılmıştır (26031 sayılı Resmi Gazete, 22.12.2005). Böylece, ulusal ve uluslararası düzeyde spor etkinliklerinin, sporcuların, spor kulüplerinin, federasyonların ve tesislerin finansmanına destek almanın yolu kolaylaştırılmıştır. Bu düzenlemelere rağmen, yaygın/ünlü olan spor dalları ve/veya branşları haricindekiler için, sponsorluk gelirleri bakımından durum pek parlak değildir. Resmi kayıtlara göre, futbol ve basketbol hariç olmak üzere (GSGM istatistikleri içinde yer almıyor), Voleybol, Binicilik, Satranç ve Atletizm Federasyonların 16/06/2004-17/09/2008 tarihleri arası toplam gelirleri 1 milyon TL-8 milyon TL arasındadır. Diğer federasyonların gelirleri, yine ilgili tarihler arasında 1 milyon TL'nin altındadır (GSGM, 2008). Rakamlara göre, ülkemizdeki "sponsor olabileceklerin" sponsorluğu ve sponsorluğun etkilerini/kazanımlarını tam olarak bildiklerini söylemek güçtür. Bu sebeple, ülkemizde tüketicilerde sponsorluğun yarattığı etkilerin tespiti ve nelerin bu etkileri ortaya çıkardığının bilinmesi, sponsorluk düşünen kurum ve kuruluşların spor-tüketiciler-sponsorluk üçgenini daha iyi anlamalarına sebep olabilecektir. Bu sebeple bu araştırmanın amacı, sporda takım sponsorluğuna tüketicilerin verdiği cevabı belirleyen unsurların tüketicilere olan etkilerinin; sponsorun ürünü ile ilgilenme, benimseme ve kullanım bağlamında araştırmaktır.



## **YÖNTEM**

### **Örnekleme**

Araştırmanın evrenini Ankara'daki devlet üniversiteleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, Orta Doğu Teknik Üniversitesi'ne bağlı tüm fakülte ve bölüm öğrencilerine açılmış olan seçmeli dersleri (Genel Psikoloji, Sosyolojiye Giriş, Sosyolojinin İlkeleri, Jazz Tarihi, Klasik Türk Müziği, Tiyatro, Resim, Beden Eğitimi ve Spor Tarihi & Felsefesi, Antrenman Teorisi, Örgütsel Davranış, Türk Basın Tarihi) alan 139 bayan ve 145 erkek olmak üzere toplam 284 öğrenci oluşturmaktadır. Katılımcıların yaşları 18-30 arasındadır ( $x=22.05$ ,  $ss=2.34$ ). Toplam 334 kişi ölçümlere katılmış olup, ölçeklere geçerli cevap veren 284 katılımcı bu araştırmaya dahil edilmiştir.

Bu araştırmada sorgulanan ana sponsor-sponsor olunan çifti 2002 Dünya Kupası, Türk A Milli Futbol Takımı Maçları ve Ana Sponsoru Efes, 2001 Basketbol Avrupa Şampiyonası, Türk A Milli Basketbol Takımı Maçları ve Ana Sponsoru Garanti Bankası'dır. Bu araştırmada milli takımlar ve ana sponsor çiftlerinin seçilmesinin ana sebebi, yapılan etkinliklerin uluslararası düzeyde olmasından dolayı, katılımcıların haberdarlık ve katılım düzeylerinin yüksek olacağı düşünülmüştür.

### **Veri Toplama Aracı**

Veriler, geçerliliği ve güvenilirliği Alay (2004) tarafından yapılmış olan Sponsorluk Değerlendirme Ölçeği (SDÖ) ile toplanmıştır. Ölçek, 7'li Likert tipinde 11 alt boyutlu ve toplam madde sayısı 55'dir. Deneşler, "kesinlikle katılıyorum=7" ve "kesinlikle katılmıyorum=1" aralığında sponsorluğa, sponsor olunana ve sponsora yönelik düşüncelerini ölçek üzerinde belirtmişlerdir. Ölçeğin güvenilirliği Cronbach Alpha ile sınıanmıştır ve alt boyutların güvenilirliği .93 ile .97 arasında değişmektedir.

Ölçme aracı spor sponsorluğunun tüketiciler üzerindeki etkilerinin belirleyicisi olan, etkinliklerle ilgili unsurlar, sponsorlukla ilgili unsurlar ve sponsor olunanla ilgili unsurlar olmak üzere üç ana teorik çerçeveyi ölçmektedir. Anketin alt boyutlarını oluşturan etkinliklerle ilgili unsurlar; etkinliğin düzeyi (ED: 3 madde), etkinliğe yönelik sevgi (EYS: 4 madde) ve etkinliğe yönelik tutum (EYT: 4 madde)'dan oluşurken, sponsorlukla ilgili unsur; sponsor-etkinlik uyumundan (SEU: 7 madde) oluşmaktadır. Sponsorla ilgili unsurlar, sponsora yönelik tutum (SYT: 4 madde), sponsorun samimiyeti (SS: 6 madde), sponsorun sponsorluk yapma sıklığı ve seçiciliği (SSYSS: 4 madde) ve sponsorun imajı (Sİ: 11 madde) olmak üzere dört alt boyutta toplanmaktadır.

Spor sponsorluğunun tüketicilerde yarattığı etkinin ölçülmesi amacıyla, tüketicilerin spor sponsorluğuna verdiği cevap, ürünle ilgilenme (Üİ: 4 madde), ürünü benimseme (ÜB: 4 madde) ve ürün kullanımı (ÜK: 4 madde) boyutları ile ölçülmüştür.

### **İşlem Yolu**

Ölçme aracı ile ilgili tüm uygulamalar, araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. SDÖ katılımcılara sınıf ortamında, araştırmanın amacı ve dikkat edilmesi gerekli hususların açıklanmasından sonra uygulanmıştır. Her katılımcı, SDÖ'yü hem "Futbol-Efes" çifti için hem de "Basketbol-Garanti Bankası" çifti için doldurmuştur. Sponsor-etkinlik çiftlerinden ve sponsorlarından haberdar olan ve bu etkinlikleri izlemiş olan katılımcılar araştırmaya dahil edilmiştir. Ancak, bu etkinlik-sponsor çiftlerini önemsememiş ve bu etkinliklerden haberdar olmayan katılımcılar ile hatalı doldurulan ölçekler araştırma kapsamına alınmamıştır. Bu sebeple araştırmaya katılan 334 katılımcıdan, 284'ü bu araştırmaya dahil edilmiştir.

SDÖ, Futbol-Efes çifti için sponsorluğu yapılan etkinlikten dokuz ay sonra, Basketbol-Garanti Bankası çifti için ise on sekiz ay sonra uygulanmıştır. Literatür incelendiğinde, tüketiciler üzerinde sponsorluğun etkisinin ölçülmesinin, etkinlik tarihine göre "ne zaman" yapılacağına ilişkin bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu ölçümler, "etkinlik-öncesi" ve "etkinlik-sonrası" ölçümleri olarak, genel terimlerle ifade edilmektedir (McDonald, 1991) ve sponsorluğu yapılan etkinlikten "ne kadar sonra" ölçümlerin yapılması gerektiği açık değildir. Parker (1991) bir etkinlikte yer alan kurumsal bir imaj veya bir marka ile tüketicilerin ilişki kurabilmelerinin zaman aldığını ifade etmektedir. Wright (1988) yaptığı araştırmasında, sponsorluk sonlanmış olsa dahi, sponsor ile sponsor olunan arasındaki ilişkinin kalıcı olduğunu bulmuştur. Bu sebeple, bu araştırmada katılımcıların gerçek tüketim tutumları ölçüldüğünden, sponsorluklarla ilgili bilgilere maruz kalan tüketicilerin, sponsorların ürünleri ile ilişki kurmaları ve ürün kullanımları için zamana ihtiyaç duyacakları göz önünde bulundurulmuştur.

### **Veri Çözümleme**

Araştırmaya katılanların cinsiyete göre dağılımı için betimleyici istatistik yapılmıştır. Her bir sponsor etkinlik çifti için, sponsor-etkinlik uyumu, sponsorun imajı, sponsora yönelik tutum, sponsorun samimiyeti, sponsorun sponsorluk yapma sıklığı ve seçiciliği, etkinliğe yönelik sevgi, etkinliğin düzeyi, etkinliğe yönelik tutum, sponsor-etkinlik uyumu\*etkinliğe yönelik sevgi, sponsor-etkinlik uyumu\*etkinliğin düzeyi, sponsor-etkinlik uyumu\*sponsora yönelik tutum, sponsor-etkinlik uyumu\*sponsorun imajı değişkenlerine göre ürün kullanımı, ürünü benimseme ve ürünle ilgilenme değişkenlerinin yordanmasına ilişkin regrasyon analizi ile ikili ve kısmi korelasyon analizi yapılmıştır. "\*", iki değişkenin birbiri ile olan ortak etkileşimini ifade etmektedir ve Lance (1988)'nin "Açıklayıcı ve Doğrulayıcı Moderatör Analizi" yöntemi ile hesaplanmıştır.

"Futbol-Efes" ve "Basketbol-Garanti Bankası" sponsor etkinlik çiftleri için, etkinliğin düzeyi, etkinliğe yönelik sevgi, etkinliğe yönelik tutum, sponsor-etkinlik uyumu, sponsora yönelik tutum, sponsorun sponsorluk yapma sıklığı ve seçiciliği, sponsorun samimiyeti, sponsorun imajı, ürünle ilgilenme, ürünü benimseme ve ürün kullanımı değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını sınamak için ilişkisiz ölçümler t-testi kullanılmıştır.

## **BULGULAR**

### **Betimleyici İstatistik**

Tablo 1 araştırmaya katılanların cinsiyete göre dağılımını göstermektedir. Araştırmaya, yaşları 18-30 arasında ( $\bar{x}=22.05$ ,  $ss=2.34$ ) toplam 284 üniversite öğrencisi katılmıştır. Bu öğrencilerin 139'u bayan (%48.9) ve 145'i (%51.1) erkek öğrencilerdir.

### **Regrasyon Bulguları**

Futbol ve Sponsoru Efes Pilsen için sponsor-etkinlik uyumu, sponsorun imajı, sponsora yönelik tutum, sponsorun samimiyeti, sponsorun sponsorluk yapma sıklığı ve seçiciliği, etkinliğe yönelik sevgi, etkinliğin düzeyi, etkinliğe yönelik tutum, sponsor-etkinlik uyumu\*etkinliğe yönelik sevgi, sponsor-etkinlik uyumu\*etkinliğin düzeyi, sponsor-etkinlik uyumu\*sponsora yönelik tutum, sponsor-etkinlik uyumu\*sponsorun imajı değişkenlerine göre katılımcıların sponsorun ürünüyle ilgilenme, ürünü benimseme ve ürün kullanımları değişkenlerinin yordanmasına ilişkin regrasyon analizi sonuçları ve ikili ve kısmi korelasyon sonuçları sırası ile Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 1. Araştırmaya Katılan Deneklerin Cinsiyete Göre Dağılımları**

		<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Toplam %</b>
<b>Cinsiyet</b>	Bayan	139	48.9	48.9
	Erkek	145	51.1	100.0
	Toplam	284	100.0	

**Tablo 2. 2002 Futbol Dünya Kupası, Türk Futbol Milli Takımı Maçları ve Sponsoru Efes Pilsen için Ürünle İlgilenme, Ürünü Benimsenme ve Ürün Kullanımı Değişkenlerinin Yordanasına İlişkin Regresyon Analizi, İkili ve Kısmi Korrelasyon Bulguları**

Değişken	Ürünle İlgilenme R=.725, R <sup>2</sup> =.525, P=.000			Ürünü Benimsenme R=.617, R <sup>2</sup> =.381, p=.000			Ürün Kullanımı R=.644, R <sup>2</sup> =.415, p=.000		
	β	T	p	β	T	p	β	T	p
Sponsor-Etkinlik Uyumu	.331	4.998	.000**	.289	4.782	.000*	.277	3.993	.000**
Sponsorun İmajı	.315	4.319	.000**	.430	3.905	.000*	.229	2.738	.007*
Sponsorla Yönelik Tutum	-.086	1.406	.161	.220	1.595	.112	.404	.791	.430
Sponsorun Samimiyeti	-.037	-.564	.573	.300	1.049	.295	.433	1.795	.074
Sponsorluk Yapma Sıklığı ve Seçiciliği	-.073	-1.297	.116	.114	.078	.384	.279	.040	.436
Etkinliğe Yönelik Sevgi	.159	2.000	.046*	.250	1.605	.110	.297	.140	.058
Etkinliğin Düzeyi	-.079	-1.140	.255	.142	-.069	.516	.243	-.028	.668
Etkinliğe Yönelik Tutum	.100	1.586	.114	.243	.095	.551	.228	.015	.801
SEU*EYS	-.163	-.792	.429	.459	-.047	.646	.548	.027	.879
SEU* ED	-.434	-1.587	.114	.429	-.094	.402	.539	-.060	.813
SEU* SYT	-.037	-.176	.860	.418	-.011	.806	.552	-.020	.916
SEU*Si	.647	3.958	.000**	.518	.230	.000**	.603	.644	.000**
								4.308	.625
								.170	.047
								.254	.114
								.173	.026
								.197	.015
								.551	.009
								.546	.014
								.556	.006
								.625	.078

\*p<.05, \*\*p<.01

(SEU\*EYS: Sponsor-Etkinlik Uyumu ile Etkinliğe Yönelik Sevgi değişkeninin ortak etkileşimi, SEU\*ED: Sponsor-Etkinlik Uyumu ile Etkinliğin Düzeyi değişkeninin ortak etkileşimi, SEU\*SYT: Sponsor-Etkinlik Uyumu ile Sponsora Yönelik Tutum değişkeninin ortak etkileşimi, SEU\*Si: Sponsor-Etkinlik Uyumu ile Sponsorun İmajı değişkeninin ortak etkileşimi)

Sponsor-etkinlik uyumu, sponsorun imajı, sponsora yönelik tutum, sponsorun samimiyeti, sponsorun sponsorluk yapma sıklığı ve seçiciliği, etkinliğe yönelik sevgi, etkinlin düzeyi, etkinliğe yönelik tutum, sponsor-etkinlik uyumu\*etkinliğe yönelik sevgi, sponsor-etkinlik uyumu\*etkinliğin düzeyi, sponsor-etkinlik uyumu\*sponsora yönelik tutum, sponsor-etkinlik uyumu\*sponsorun imajı değişkenleri birlikte ürünle ilgilenme ile orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ( $R=0.725$ ,  $R^2=0.525$ ,  $p<.01$ ). Bu değişkenler, ürünle ilgilenmedeki toplam varyansın yaklaşık %53'ünü açıklamaktadır. Aynı değişkenler birlikte, ürünü benimseme ile orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ( $R=0.617$ ,  $R^2=0.381$ ,  $p<.01$ ). Bu değişkenler birlikte, ürünü benimsemedeki toplam varyansın yaklaşık %38'ini açıklamaktadır. Yine aynı değişkenler birlikte, ürün kullanımı ile orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ( $R=0.644$ ,  $R^2=0.415$ ,  $p<.01$ ). Bu değişkenler, ürün kullanımındaki toplam varyansın yaklaşık %42'sini açıklamaktadır.

Regrasyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde sponsor-etkinlik uyumu, sponsorun imajı, ve sponsor-etkinlik uyumu\*sponsorun imajı'nın ortak etkisinin ürünle ilgilenme, ürünü benimseme ve ürün kullanımı üzerinde önemli (anlamlı) bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Ayrıca, ürünle ilgilenmede, etkinliğe yönelik sevgi değişkeni de anlamlı bir yordayıcı olarak bulunmuştur. Diğer değişkenler, ürünle ilgilenme, benimseme ve kullanımda manidar bir etkiye sahip değildir.

Basketbol ve Sponsoru Garanti Bankası için sponsor-etkinlik uyumu, sponsorun imajı, sponsora yönelik tutum, sponsorun samimiyeti, sponsorun sponsorluk yapma sıklığı ve seçiciliği, etkinliğe yönelik sevgi, etkinlin düzeyi, etkinliğe yönelik tutum, sponsor-etkinlik uyumu\*etkinliğe yönelik sevgi, sponsor-etkinlik uyumu\*etkinliğin düzeyi, sponsor-etkinlik uyumu\*sponsora yönelik tutum, sponsor-etkinlik uyumu\*sponsorun imajı değişkenlerine göre katılımcıların sponsorun ürünüyle ilgilenme, ürünü benimseme ve ürün kullanımları değişkenlerinin yordanmasına ilişkin regrasyon analizi sonuçları ve ikili ve kısmi korelasyon sonuçları sırası ile Tablo 3'te verilmiştir.

Sponsor-etkinlik uyumu, sponsorun imajı, sponsora yönelik tutum, sponsorun samimiyeti, sponsorun sponsorluk yapma sıklığı ve seçiciliği, etkinliğe yönelik sevgi, etkinlin düzeyi, etkinliğe yönelik tutum, sponsor-etkinlik uyumu\*etkinliğe yönelik sevgi, sponsor-etkinlik uyumu\*etkinliğin düzeyi, sponsor-etkinlik uyumu\*sponsora yönelik tutum, sponsor-etkinlik uyumu\*sponsorun imajı değişkenleri birlikte, ürünle ilgilenme ile orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ( $R=0.619$ ,  $R^2=0.383$ ,  $p<.01$ ).



Bu değişkenler, ürünle ilgilenmedeki toplam varyansın yaklaşık %38'ini açıklamaktadır. Aynı değişkenler birlikte, ürünü benimseme ile orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ( $R=0.709$ ,  $R^2=0.503$ ,  $p<.01$ ). Bu değişkenler, ürünü benimsemedeki toplam varyansın yaklaşık %50'sini açıklamaktadır. Yine aynı değişkenler birlikte, ürün kullanımı ile orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ( $R=0.617$ ,  $R^2=0.381$ ,  $p<.01$ ). Bu değişkenler, ürün kullanımındaki toplam varyansın yaklaşık %38'ini açıklamaktadır.

Regrasyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde sponsor-etkinlik uyumu ve sponsor-etkinlik uyumu\*sponsorun imajının ortak etkisinin ürünle ilgilenme, ürünü benimseme ve ürün kullanımı üzerinde önemli (anlamlı) bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Ürünle ilgilenmede, sponsorun imajı önemli bir yordayıcıdır. Ayrıca, ürünü benimsemede, etkinliğe yönelik sevgi, sponsora yönelik tutum ve sponsorun imajı anlamlı bir yordayıcı iken, ürün kullanımında sponsorun samimiyeti ve sponsora yönelik tutum anlamlı birer yordayıcıdır. Diğer değişkenler, ürünle ilgilenme, benimseme ve kullanımda manidar bir etkiye sahip değildir.

#### **T-Testi Bulguları**

Katılımcıların, bu araştırmada incelenen sponsor-etkinlik uyumu, sponsorun imajı, sponsora yönelik tutum, sponsorun samimiyeti, sponsorun sponsorluk yapma sıklığı ve seçiciliği, etkinliğe yönelik sevgi, etkinliğin düzeyi, etkinliğe yönelik tutum, ürünle ilgilenme, ürünü benimseme ve ürün kullanımı değişkelerinin Futbol-Efes ve Basketbol-Garanti Bankası etkinlik-sponsor çiftlerine göre anlamlı bir farklılık yaratıp yaratmadıklarının sınamak için yapılan ilişkisiz ölçümler t-testi bulguları Tablo 6'da verilmiştir.

Sponsor-etkinlik uyumu, "etkinlik-sponsor çiftleri"ne göre anlamlı bir farklılık göstermiştir [ $t(566) = -3.073$ ,  $p<.01$ ]. Katılımcılar, Basketbol-Garanti Bankası çiftini ( $x= 28.03$ ) Futbol-Efes çiftine ( $x= 25.55$ ) göre daha uyumlu bulmuşlardır. Bu bulgu, sponsor-etkinlik uyumu ile etkinlik-sponsor çifti arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu şeklinde de yorumlanabilir.

Sponsorun imajı, sponsora yönelik tutum, sponsorun samimiyeti, etkinliğe yönelik sevgi, etkinliğin düzeyi, sponsorun ürünü ile ilgilenme ve ürünü benimseme değişkenlerinde de "etkinlik-sponsor çiftleri"ne göre anlamlı farklılıklar göstermiştir. Her bir değişken, Basketbol-Garanti Bankası etkinlik-sponsor çiftinin lehinedir. Daha açık bir ifade ile, denekler Garanti Bankası'nın Basketbol sponsorluğunu, Efes'in Futbol sponsorluğuna göre daha samimi bulmuşlardır.

**Tablo 6. Sponsor-etkinlik Uyumu, Sponsorun İmajı, Sponsora Yönelik Tutum, Sponsorun Samimiyeti, Etkiliğe Yönelik Sevgi, Sponsorun Sponsorluk Yapma Sıklığı ve Seçiciliği, Etkinliğin Düzeyi, Etkinliğe Yönelik Tutum, Sponsorun Ürünü ile İlgilenme, Benimseme ve Kullanım ile ilgili 2002 Milli Futbol Takımı-Efes Pilsen, 2001 Milli Basketbol Takımı-Garanti Bankası'na İlişkiz Ölçümler t-Testi Bulguları**

Değişkenler	Etkinlik-Sponsor Çiftleri	N	X	Ss	Sd	t	p
Sponsor Etkinlik Uyumu	Futbol-Efes Pilsen	284	25,55	10,012	566	-3.073	.002**
	Basketbol-Garanti B.	284	28,03	9,250			
	Toplam	568	26.79	9.710			
Sponsorun İmajı	Futbol-Efes Pilsen	284	50,74	9,890	566	-3.976	.000**
	Basketbol-Garanti B.	284	54,10	10,244			
	Toplam	568	25.42	10.199			
Sponsora Yönelik Tutum	Futbol-Efes Pilsen	284	19,48	6,893	535.412	-2.026	.043*
	Basketbol-Garanti B.	284	20,53	5,402			
	Toplam	568	20.00	6.210			
Sponsorun Samimiyeti	Futbol-Efes Pilsen	284	22,59	6,568	566	-2.598	.010*
	Basketbol-Garanti B.	284	24,04	6,709			
	Toplam	568	23.32	6.672			
Sponsorun Sponsorluk Yapma Sıklığı ve Seçiciliği Sıklığı	Futbol-Efes Pilsen	284	19,62	3,438	566	3.892	.000**
	Basketbol-Garanti B.	284	18,46	3,674			
	Toplam	568	19.04	3.602			
Etkinliğe Yönelik Sevgi	Futbol-Efes Pilsen	284	19,74	7,150	554.205	-3.116	.002**
	Basketbol-Garanti B.	284	21,48	6,173			
	Toplam	568	20.61	6.731			
Etkinliğin Düzeyi	Futbol-Efes Pilsen	284	16,47	4,054	548.744	-2.460	.014*
	Basketbol-Garanti B.	284	17,24	3,389			
	Toplam	568	16.85	3.753			
Etkinliğe Yönelik Tutum	Futbol-Efes Pilsen	284	21,74	5,795	566	-1.600	.110
	Basketbol-Garanti B.	284	22,48	5,255			
	Toplam	568	22.11	5.539			
Sponsorun Ürünü ile İlgilenme	Futbol-Efes Pilsen	284	16,81	6,809	566	-2.457	.014*
	Basketbol-Garanti B.	284	18,15	6,226			
	Toplam	568	17.48	6.553			
Sponsorun Ürünü Benimseme	Futbol-Efes Pilsen	284	16,93	6,730	557.551	-2.345	.014*
	Basketbol-Garanti B.	284	18,18	5,947			
	Toplam	568	17.55	6.376			
Sponsorun Ürünü Kullanma	Futbol-Efes Pilsen	284	18,69	8,829	516.754	4.028	.000**
	Basketbol-Garanti B.	284	16,08	6,417			
	Toplam	568	17.39	7.821			

\*p<.05, \*\*p<.01



Sponsorun ürününü kullanma ve sponsorun sponsorluk yapma sıklığı ve seçiciliği değişkenlerinde yine "etkinlik-sponsor çiftleri"ne göre anlamlı farklılıklar söz konusudur. Katılımcılar, Futbol-Efes sponsorluğunda Efes ürünlerini ( $x=18.69$ ), Basketbol-Garanti Bankası sponsorluğundaki Garanti Bankası ürünlerine ( $x=16.08$ ) göre daha fazla kullanmışlardır. Etkinliğe yönelik tutum değişkeni ise "etkinlik-sponsor çiftleri"ne göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir [ $t(566) = -1.600, p < .05$ ].

### **TARTIŞMA**

Bu araştırmanın amacı, sporda takım sponsorluğuna tüketicilerin verdiği cevabı belirleyen unsurların tüketicilere olan etkilerinin sponsorun ürünü ile ilgilenme, benimseme ve kullanım bağlamında araştırmaktır. Araştırmada ele alınan "etkinlik-sponsor çiftleri" Futbol-Efes ve Basketbol-Garanti Bankası'dır. Regrasyon analizi bulgularına göre her iki "etkinlik-sponsor çifti"nde sponsor-etkinlik uyumu (uyum), sponsorun imajı, sponsora yönelik tutum, sponsorun samimiyeti, sponsorun sponsorluk yapma sıklığı ve seçiciliği, etkinliğe yönelik sevgi, etkinlin düzeyi, etkinliğe yönelik tutum, uyum\*etkinliğe yönelik sevgi, uyum\*etkinliğin düzeyi, uyum\*sponsora yönelik tutum, uyum\*sponsorun imajı unsurlarının (değişkenlerinin) tamamı, deneklerin sponsorların ürünüyle ilgilenme, ürünü benimseme ve ürün kullanımlarında orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki göstermiştir.

Futbol-Efes çifti için, bu değişkenlerden yalnızca uyum, sponsorun imajı ve uyum\*sponsorun imajı değişkenleri, deneklerin sponsorluğa verdiği cevap olarak Efes ürünleri ile ilgilenmeleri, benimsemeleri ve kullanımları üzerinde anlamlı birer yordayıcıdır. Sponsor-etkinlik uyumu, sponsorun imajı ve uyum\*imaj etkileşimi artıka, tüketiciler o sponsorun ürünü ile daha fazla ilgilenmekte, benimsemekte ve kullanmaktadır. Ayrıca, katılımcıların Efes ürünleri ile ilgilenmelerinde etkinliğe yönelik sevgi değişkeni de anlamlı bir yordayıcı olarak bulunmuştur. Sponsorluğu yapılan etkinlik ne kadar seviliyorsa, tüketiciler de o sponsorun ürünü ile o denli ilgilenmektedirler. Futbol-Efes sponsorluğunda diğer değişkenler ise, ürünle ilgilenme, benimseme ve kullanımda manidar bir etkiye sahip değildir.

Basketbol-Garanti Bankası çifti için, yalnızca uyum ve uyum\*sponsorun imajı değişkenleri, katılımcıların Garanti Bankası ürünleri ile ilgilenmeleri, benimsemeleri ve kullanımları üzerinde anlamlı birer yordayıcıdır. Sponsor-etkinlik uyumu ve uyum\*imaj etkileşimi ne kadar yüksek ise, tüketiciler o sponsorun ürünü ile o denli ilgilenmekte, benimsemekte ve kullanmaktadır. Ayrıca, sponsorun imajı katılımcıların sponsorun ürünü ile ilgilenmelerinde ve benimsemelerinde anlamlı bir yordayıcıdır. Sponsora yönelik tutum ise ürünü benimseme ve kullanımda anlamlı bir yordayıcıdır, yani sponsora yönelik tutum ne kadar olumlu ise, tüketicilerin o sponsorun ürününü benimseme ve kullanımı o denli yüksektir. Etkinliğe yönelik sevgi ürünü benimsemeye etkili iken, sponsorun samimiyeti ürün kullanımına etki etmiştir.

Her iki "etkinlik-sponsor çifti"nde tüketicilerin sponsorluğa verdiği cevaba (sponsorun ürünü ile ilgilenme, benimseme, ve kullanım) etki eden unsurların anlamlılık düzeyleri, "etkinlik-sponsorluk

çifti"ne göre farklılık göstermiştir. Bunun sebebi, her "etkinlik-sponsor çifti"nin sponsorluk esnasında ve sonrasında pazarlama iletişim karması elemanlarını ne düzeyde kullanıp kullanamadıkları ile ilgili olabilir. Örneğin, ülkemizde alkollü içeceklerle konulan reklam yasağından dolayı, Efes'in pazarlama iletişim karmasının etkili silahlarından bir olan "reklam"ı kullanamıyor olması bunun sebebi olabilir. Bu sebeple, sadece sponsor-etkinlik uyumu ve sponsorun imajı ve etkinliğe yönelik sevgi değişkenleri Efes ürünlerine verilen tüketici cevabına etki etmiş olabilir.

Bu araştırmada elde edilen bulgular alan yazında da destek bulmaktadır. Futbol-Efes sponsorluğunda ve Basketbol-Garanti Bankası sponsorluğunda, katılımcılar bu sponsorlukları uyumlu bulmuşlar ve uyumdan kaynaklı olarak sponsorun ürünü ile ilgilenmişler, benimsemişler ve tüketimlerine yansıtılmışlardır. Bu bulgu, Speed ve Thompson (2000) ve Alay (2008)'in araştırmaları ile tamamiyle örtüşmektedir. Ancak tüketiciler zaman zaman alkollü içecek ile spor eşleşmesini uyumsuz olarak düşünseler bile, spora verilen destek ve karşılaşmaların izlenmesi esnasında alkollü içecek tüketiminden dolayı uyumlu olarak nitelendirilmektedir (D'Astous ve Bitz, 1995). Yapılan araştırmalara göre, uyum ne kadar yüksek ise, etkinlikten sonra ve/veya satın alma esnasında hatırlama/çağırışımın oranı o kadar yüksektir (Burke ve Edell, 1989) ve bu tutum (satın alma isteği) daha sonra davranışa (satın alma) dönüşmektedir (Speed ve Thompson, 2000 ve Crimmins ve Horn, 1996).

Bu araştırmaya konu olan "etkinlik-sponsor çiftleri"nin her ikisinde de, sponsorun imajı tüketicilerin her üç seviyede (ilgi, benimseme ve kullanım) sponsorluğa olumlu cevaplar vermesine neden olmuştur. Voleybol-Orkid sponsorluğu ile ilgili yapılan bir araştırmaya göre, sponsorun imajı bayan tüketicilerin, sponsorun ürünü ile ilgilenmelerine ve kullanımlarına olumlu yönde etki etmiştir (Alay, 2008). Araştırmalara göre yapılan sponsorlukla, etkinliğin imajı tüketicilerce sponsora aktarılmakta ve sponsorun imajı veya marka imajı artmaktadır. Sponsorun imajını güçlenmesi de, tüketicilerin firmayı veya markayı "iyi" olarak nitelendirmesine sebep olmakta ve bu durum firmanın ürünlerini tüketmeye yönelik olumlu etkiler yaratmaktadır (Pope, 1998). Pope ve Voges (2000)'in yapmış olduğu araştırmada da, kurumsal/marka imajı ile satın alma isteği arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Sponsorun imajı ne kadar yüksekse satın alma isteği o denli güçlü olmaktadır. Sponsor-etkinlik arasındaki olumlu uyumun (imaj anlamında) yansımaları olarak ortaya çıkan sponsorun imajı, başlangıçta düşük olmasına rağmen ilerleyen zamanlarda artmakta, sponsorluk sonlandırılrsa dahi uzun yıllar etkisini sürdürmektedir (Parker, 1991). Bir başka deyişle, sponsorun imajının bir etkinlikle bağdaştırılması tüketiciler için zaman alsa da, bu intiba anlamlı bir bağ (imaj anlamında) kurulduktan sonra uzun soluklu olmaktadır. Quester ve Farrelly (1998)'e göre tüketicilerin zihinlerinde güçlü ve inandırıcı bir bağ (uyum ve imaj anlamında) yaratıldığı takdirde tüketiciler marka/sponsor bağımlısı olmakta ve bu bağımlılık sponsorun ürünlerine/hizmetlerine yansımaktadır.

Etkinliğe yönelik sevgi/bağ ise, katılımcıların Futbol-Efes ve Basketbol-Garanti Bankası sponsorluklarına verdiği cevapta anlamlı bir unsurdur. Futbol-Efes sponsorluğunda etkinliğe yönelik sevgi deneklerin Efes'le ilgilenmelerine neden olurken, Basketbol-Garanti Bankası

sponsorluğunda katılımcıların Garanti Bankasını benimsemelerine neden olmuştur. Speed ve Thompson (2000)'in yaptığı araştırmada, etkinliğe yönelik sevgi deneklerin ürünle ilgilenme, benimseme ve kullanımlarına hiçbir etki etmemesine karşın, Alay (2008)'in araştırmasında tüketicilerin, sponsorun ürünü kullanmalarına olumlu etki etmiştir. Efes sponsorluğunda, etkinliğe yönelik sevgi değişkeninin yalnızca ürünle ilgilenme boyutunda kalması, Efes'in yasal düzenlemeler gereği reklam yapamamasından kaynaklı olabilir.

Sponsorun samimiyeti, yalnızca Basketbol-Garanti Bankası sponsorluğunda tüketicilere etki eden bir unsur olarak bulunmuştur ve tüketicilerin ürün kullanımlarına yansımıştır. Araştırmalara göre, sponsorun sponsorluktaki samimiyeti tüketicilerin o sponsorluğa verdiği cevapta büyük önem arz etmektedir. Sponsor, o sponsorlukta ne kadar samimi ise, tüketicilerin o sponsorun ürünlerini veya hizmetlerini kullanması o denli yüksektir (Speed ve Thomson, 2000; Alay, 2008). D'Astous ve Bitz (1995)'e göre tüketicilerce samimi olarak algılanan sponsorların sponsorlukları daha fazla sponsorluk cevabı ortaya çıkarmaktadır. Bu araştırmada Garanti Bankası'nın samimi bir sponsor olarak algılanmasının ve bu algılamının ürün kullanımını artırıcı bir etken olarak ortaya çıkmasının sebebi, bu sponsorun yazılı ve görsel medyada Efes'e göre kendini daha iyi sergileyebilmesi, her kademedeki basketbol sporunu desteklemesi ve dolayısı ile tüketicinin bu sponsoru daha iyi irdeleyebilmiş olması olabilir.

Bu araştırmada, sponsora yönelik tutum yalnızca Basketbol-Garanti Bankası sponsorluğunda tüketicilerin Garanti Bankası'nı benimsemelerine ve Garanti Bankası ürünlerini kullanmalarına etki ederken, Futbol-Efes sponsorluğunda denekler üzerinde herhangi bir etki yaratmamıştır. Sponsora yönelik tutum, o sponsorun ürünlerini benimseme ve kullanıma olumlu yönde etki etmektedir (Speed ve Thompson, 2000). Deneysel ve tarama-temelli (survey-based) sponsorluk araştırmaları, etkili bir sponsorluk için sponsora yönelik tutumun önemini vurgulamaktadır (Javalgi, Traylor, Gross ve Lampman, 1994; Stipp ve Schiavone, 1996). Araştırmalara göre olumlu bir imaj yaratan sponsorlar, imajı düşük olanlara göre tüketicilerden daha olumlu bir cevap almaktadırlar. Bulgulara göre, Garanti Bankası'nın Basketbol sponsorluğu ile imajını daha da güçlendirerek, sponsorluğu yapılan etkinliği izleyen katılımcıların olumlu bir tutum geliştirmelerine neden olmuş ve son noktada Garanti ürünlerini benimsetmeyi ve kullandırmayı başaramıştır denilebilir.

Bu araştırmada incelenen her iki "etkinlik" uluslararası düzeyde etkinlikler olmalarına rağmen, etkinliğin düzeyi değişkeni tüketicilerin bu sponsorların sponsorluklarına verdikleri cevapta anlamlı bir değişken olarak bulunmamıştır. Oysaki, Stipp ve Schiavone (1996) Olimpiyatlar, Futbol Dünya Kupası ve diğer dünya şampiyonaları gibi özel ve düzeyi (yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası) yüksek etkinliklerin sponsorlara faydalar sağladığını belirtmektedir. Bu tür etkinlikleri izleyenler, etkinliğe yönelik yüksek düzeyde saygı göstermekte, etkinliği ve dolayısı ile sponsorunu önemsemektedir.

Katılımcıların, bu araştırmada incelenen sponsor-etkinlik uyumu, sponsorun imajı, sponsora yönelik tutum, sponsorun samimiyeti, sponsorun sponsorluk yapma sıklığı ve seçiciliği, etkinliğe yönelik sevgi, etkinliğin düzeyi, etkinliğe yönelik tutum, ürünle ilgilenme, ürünü benimseme ve

ürün kullanımı değişkelerinin Futbol-Efes ve Basketbol-Garanti Bankası "etkinlik-sponsor çiftleri"ne göre anlamlı bir farklılık yaratıp yaratmadıklarının sınamak için yapılan ilişkisiz ölçümler t-testi bulguları, "etkinliğe yönelik tutum" değişkeni haricinde kalan diğer değişkenlerin tamamı "etkinlik-sponsor çiftleri"ne göre anlamlı farklılıklar göstermiştir.

Sponsor-etkinlik uyumu, sponsorun imajı, sponsora yönelik tutum, sponsorun samimiyeti, etkinliğe yönelik sevgi, etkinliğin düzeyi, sponsorun ürünü ile ilgilenme ve ürünü benimseme Basketbol-Garanti Bankası sponsorluğunda Futbol-Efes sponsorluğuna göre daha olumludur, yani her bir değişken Basketbol-Garanti Bankası etkinlik-sponsor çiftinin lehinedir.

Sponsorun ürünü kullanma ve sponsorun sponsorluk yapma sıklığı ve seçiciliği Futbol-Efes sponsorluğunda Basketbol-Garanti Bankası sponsorluğuna göre daha olumludur, yani her bir değişken Futbol-Efes sponsorluğunun lehinedir. Başka bir deyişle ifade etmek gerekirse, Basketbol-Garanti Bankası sponsorluğu Futbol-Efes sponsorluğuna göre sponsor-etkinlik uyumu, sponsorun imajı, sponsora yönelik tutum, sponsorun samimiyeti, etkinliğe yönelik sevgi, etkinliğin düzeyi, sponsorun ürünü ile ilgilenme ve ürünü benimsemeye daha iyi konumdadır. Futbol-Efes sponsorluğu ise özellikle katılımcıların Efes'in ürünlerini kullanmaları konusunda Garanti Bankası'na göre daha iyi konumdadır.

### **SONUÇ ve ÖNERİLER**

Her etkinlik için ana sponsorların çalışmaya dahil edildiği ve etkinlik-sponsor çiftlerinin incelendiği bu araştırmanın bulgularına göre, spor sponsorluğuna katılımcıların verdiği cevapta (ürünle ilgilenme, ürünü benimseme ve ürün kullanımı), araştırmada adı geçen unsurların tamamının etkisi olduğu halde, sponsor-etkinlik uyumu, sponsorun imajı, etkinliğe yönelik sevgi, sponsorun samimiyeti ve sponsora yönelik tüketicilerin tutumları en anlamlı etkiyi yaratan unsurlardır. Araştırmanın bulgularına göre, varolan sponsorluklar ve muhtemel sponsorluklar için, spor alanında hizmet veren yöneticilere ve firmaların sponsorlukla ilgili birimlerinde hizmet veren bireylere aşağıdaki öneriler sunulmuştur;

\* Etkinlik-sponsor arasında bir uyumun olduğu veya bir uyumun yaratılabileceği etkinlik ve sponsorlukların tercih edilmesi,

\* Etkinliğin kendi içinde barındırdığı imaj unsurlarının neler olduğu/olabileceği düşünülmeli ve sponsorun/sponsor olacak firmanın varolan imajının/gelecekte olmasını istediği imajının düşünülmesi ile imaj bakımından uygun etkinlik-sponsor çiftlerinin bir araya getirilmesi,

\* Yapılacak sponsorluklarda seçilecek etkinliklerin, hedeflenen pazarın müşterisini kapsıyor olması ve seçilecek etkinliğin o pazarda yer alan tüketicilerce sevilen ve beğenilen bir etkinlik olması,

\* Sponsor ile etkinlik arasında varolan bağ zayıf ise yapılan sponsorluğun ticari yönünün çok fazla vurgulanmaması veya sponsorun samimiyetinin tüketicilere uygun bir iletişim tarzı ve aracı ile aktarılması,

\* Etkinliğin düzeyi (yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası) ve etkinliğe yönelik tutum tüketicilerin ürünle ilgilenme, benimseme ve kullanımlarına birer etken olmamalarına karşın, yapılacak sponsorluğun duyurumu ve tüketicilerin etkinliğe katılımının artırabilmesi için önemli bir unsur olarak göz önünde bulundurulması.

Sporla takım sponsorluğuna tüketicilerin verdiği cevabı belirleyen unsurların tüketicilere olan etkilerinin araştırıldığı bu araştırma gibi yapılacak olan diğer araştırmalarda farklı denek gruplarının (öğrenci, çalışanlar ve spor fanatikleri/ taraftarlar gibi) araştırmalara dahil edilmesi ve bu grupların karşılaştırılması, takibe dayalı boylamsal araştırmaların yapılması, etkinlik düzeyi olarak uluslararası, ulusal, bölgesel veya yerel düzeydeki sponsor-etkinlik çiftlerinin araştırma kapsamına dahil edilmesi önerilir.

#### **KAYNAKLAR**

1. ABRATT, R. ve GROBLER, P. S. (1989). The Evaluation of Sports Sponsorships, *International Journal of Advertising*, 8(4), 351-362.
2. ABRATT, R., CLAYTON, B. ve PITT, L. (1987). Corporate Objectives in Sports Sponsorship, *International Journal of Advertising*, 6(4), 299-311.
3. ALAY, S. (2004). Spor Sponsorluğuna Tüketicilerin Verdiği Reaksiyonu Belirleyen Etmenler ve Spor Sponsorluğunun Tüketicilere Olan Etkileri, Basılmamış Doktora Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi.
4. ALAY, S. (2008). Female Consumers' Evaluations of Sponsorship and Their Response to Sponsorship, *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 30(2), 15-29.
5. BURKE, M. ve EDELL, J. (1989). The Power of Feelings in Understanding Advertising Effects, *Journal of Consumer Research*, 14(3), 421-433.
6. CORNWELL, T. B. ve MAIGNAN, I. (1998). An International Review of Sponsorship Research, *Journal of Advertising*, 27(1), 1-22.
7. CRIMMINS, J. ve HORN, M. (1996). Sponsorship: From Managerial Ego Trip to Marketing Success, *Journal of Advertising Research*, 36(4), 11-21.
8. D'ASTOUS, A. ve BITZ, P. (1995). Consumer Evaluations of Sponsorship Programs, *European Journal of Marketing*, 29(12), 6-22.
9. EASTON, S. ve MACKIE, P. (1998). When Football Came Home: A Case History of The Sponsorship Activity at Euro'96, *International Journal of Advertising*, 17(1), 99-114.
10. GARDNER, M. P. ve SHUMAN, P. J. (1987). Sponsorship; An Important Component of Promotions Mix, *Journal of Advertising Research*, 16(1), 11-17.
11. GSGM (2008). <http://www.sponsorluk.gov.tr/v2/images/istatistikler/gr3.gif> (İnternette, 10 Aralık 2008 tarihinde elde edilmiştir).
12. GSGM Sponsorluk Yönetmeliği, Resmi Gazete, 26031, 22 Aralık 2005.
13. GSGM Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (Kanun No: 5105), Resmi Gazete, 25401, 13 Mart 2004.
14. HANSEN, F. ve SCOTWIN, L. (1995). An Experimental Enquiry Into Sponsorship: What Effects Can Be Measured?, *Marketing and Research Today*, 23(3), 173-181.
15. JAVALGI, R. G., TRAYLOR, M. B., GROSS, A. C. VE LAMPMAN, E. (1994). Awareness of Sponsorship and Corporate Image: An Empirical Investigation, *Journal of Advertising*, 23(4), 47- 58.

16. JEANNET, J. P. ve HENNESSEY, H. International Marketing Management, Houghton Mifflin, Boston, (1988).
17. JOHAR, G. V. ve PHAM, M. T. (1999). Relatedness, Prominence, and Constructive Sponsor Identification, *Journal of Marketing Research*, 36(3), 299-312.
18. KARAKILIÇ, M. ve KOÇAK, S. (2002). Türkiye'de Spor Sponsorluğuna Katılan Firmaların Profilleri ve Seçim Kriterlerinin Belirlenmesi, *Spor Bilimleri Dergisi*, 13, 28-37.
19. LANCE, C. E. (1988). Residual Centering, Exploratory and Confirmatory Moderator Analysis, and Decomposition in Path Models Containing Interactions, *Applied Psychological Measurement*, 12(2), 163-175.
20. MCDANIEL, S. R. (1999). An Investigation of Match-up Effects in Sport Sponsorship Advertising: The Implications of Consumer Advertising Schemas, *Psychology and Marketing*, 16(2) 163-184.
21. MCDONALD, C. (1991). Sponsorship and the Image of the Sponsor. *European Journal of Marketing*, 25(11), 31-38.
22. MEENAGHAN, J. A. (1983). Commercial Sponsorship, *European Journal of Marketing*, 17(7), 5-73.
23. MEENAGHAN, T. (1996). Ambush Marketing- a Threat to Corporate Sponsorship, *Sloan Management Review*, 38(1), 103-113.
24. MEENAGHAN, T. (2001). Understanding Sponsorship Effects, *Psychology and Marketing*, 18(2), 95-122.
25. NICHOLLS, J. A. F., ROSLOW, S. ve DUBLISH, S. (1999). Brand Recall and Brand Preference at Sponsored Golf and Tennis Tournaments, *European Journal of Marketing*, 33(3/4), 365-386.
26. OTKER, T. ve HAYES, P. (1987). Judging the Efficiency of Sponsorship, *European Research*, 15(4), 53-58.
27. PARKER, K. (1991). Sponsorship: The Research Contribution, *European Journal of Marketing*, 25(11), 22-30.
28. POPE, N. (1998)1. Consumption Values, Sponsorship Awareness, Brand and Product Use, *Journal of Product and Brand Management*, 7(2), 124-136.
29. POPE, N. (1998)2. Overview of Current Sponsorship Thought, *The Cyber-journal of Sport Marketing*, 2(1), 1-7.
30. POPE, N. K. L. I. ve VOGES, K. E. (2000). The Impact of Sport Sponsorship Activities, Corporate Image, and Prior Use on Consumer Purchase Intention, *Sports Marketing Quarterly*, 9(2), 96-102.
31. QUESTER, P. G. ve THOMPSON, B. (2001). Advertising and Promotion Leverage on Arts Sponsorship Effectiveness, *Journal of Advertising Research*, 41(1), 33-47.
32. QUESTER, P. G. (1997). Awareness as a Measure of Sponsorship Effectiveness: The Adelaide Formula One Grand Prix and Evidence of Incidental Ambush Effects, *Journal of Marketing Communications*, 3(1), 1-20.
33. QUESTER, P. G. ve FARRELLY, F. (1998). Brand Association and Memory Decay Effects of Sponsorship: The Case of the Australian Formula One Grand Prix, *Journal of Product and Brand Management*, 7(6), 539-556.
34. SHANKLIN, W.L. ve KUZMA, J. R. (1992). Buying That Sporting Image, *Marketing Management*, 1(2), 59-66.
35. SPEED, R. ve THOMPSON, P. (2000). Determinants of Sports Sponsorship Response, *Journal of The Academy of Marketing Science*, 28(2), 226-238.
36. STIPP, H. ve SCHIAVONE, N.P. (1996). Modeling the Impact of Olympic Sponsorship on Corporate Image, *Journal of Advertising Research*, 36(4), 22-28.
37. STOTLAR, D. (1993). Sponsorship and the Olympic Games, *Sports Marketing Quarterly*, 2(1), 35-45.
38. THWAITES, D. (1994). Corporate Sponsorship by the Financial Services Industry, *Journal of Marketing Management*, 10(8), 743-763.
39. TURCO, D.M. (1994). Event Sponsorship: Effects on Consumer Brand Loyalty and Consumption, *Sport Marketing Quarterly*, 11(3), 35-37.
40. WALLISER, B. (2003). An International Review of Sponsorship Research: Extension and Update. *International Journal of Advertising*, 22(1), 5-40.
41. WITCHER, B., CRAIGEN, J. G., CULLIGAN, D. ve HARVEY, A. (1991). The Links Between Objectives and Function in Organizational Sponsorship, *International Journal of Advertising*, 10(1), 13-33.
42. WRIGHT, R. (1988). Measuring Awareness of British Football Sponsorship, *European Research*, 16(2), 104-108.

## BEDEN EĞİTİMİ ve SPOR YÜKSEKOKULU YÖNETİCİLERİNİN DÖNÜŞÜMCÜ ve ETKİLEŞİMCİ LİDERLİK STİLLERİNİN İNCELENMESİ\*

Erkan Faruk ŞİRİN \*\*

A. Azmi YETİM \*\*\*

### ÖZET

Bu araştırma, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu yöneticilerinin dönüşümcü ve etkileşimci liderlik stillerini yönetici ve akademisyenlerin algılarına göre belirlemek; yöneticilerin sahip oldukları liderlik stillerinin yöneticilerin ve akademisyenlerin algılarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evrenini, 2007–2008 eğitim-öğretim yılında Türkiye'deki devlet üniversitelerine bağlı 38 Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu ve 2 Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu'nda görev yapan, 89 yönetici ve 521 akademisyen oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak, Bernard Bass ve Bruce Avolio (1995) tarafından geliştirilen "Çok Faktörlü Liderlik Stilleri Ölçeği (Multifactor Leadership Questionnaire-MLQ 5X - SHORT)" ve kişisel özellikleri belirlemek için araştırmacı tarafından geliştirilen "Kişisel Bilgi Formu" kullanılmıştır. Yönetici ve akademisyenlerin algılarına göre, okul yöneticilerinin liderlik stillerinin farklılaşıp farklılaşmadığının incelenmesinde ikili küme karşılaştırmalarda Mann-Whitney U testi istatistik yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada anlamlılık düzeyi 0.05 olarak kabul edilmiştir. Araştırma sonucunda, yönetici ve akademisyenlerin algılarına göre, okul yöneticilerinin ilk önce dönüşümcü ve sonra etkileşimci liderlik stili sergiledikleri belirlenmiştir. Yöneticiler akademisyenlerden daha yüksek ve anlamlı bir ortalamayla kendilerinin dönüşümcü ve etkileşimci liderlik stili davranışlarını gerçekleştirdiklerini düşündükleri tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler :** Beden eğitimi ve spor, dönüşümcü ve etkileşimci liderlik, liderlik stilleri, çok faktörlü liderlik ölçeği.

---

Geliş tarihi: 16.01.2009; Yayına kabul tarihi: 20.03.2009

\* Bu çalışma, Erkan Faruk ŞİRİN'e ait Doktora Tezinin bir bölümüdür.

\*\* Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, KONYA

\*\*\* Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, ANKARA

## **INVESTIGATING THE TRANSFORMATIONAL AND TRANSACTIONAL LEADERSHIP STYLES OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS SCHOOL MANAGERS**

### **ABSTRACT**

*This research was done to determine the using level of transformational and transactional leadership styles of physical education and sports school managers according to managers' and academicians' perception and managers' have had leadership styles whether differentiation or not managers' and academicians' perception. Population was consisted of 89 academy managers and 521 academicians who work in 38 Physical Education and Sports School and 2 Sports Sciences and Technology School that are connected to state universities in Turkey, between 2007-2008 educational term. In order to collect data, Multifactor Leadership Questionnaire-MLQ 5X – SHORT was developed by Bernard Bass ve Bruce Avolio (1995), and "Personal Information Form" was developed by the researcher in order to determine personal characteristics. Mann-Whitney U test was used to compare dual groups which were examined whether they are differentiated or not according to their personal characteristics' influence on using level of leadership styles of school managers. Significance level was accepted as 0.05. Research results; According to perception of managers and academicians, school managers execute firstly transformational, later they execute transactional leadership style. The managers think that they realize transformational and transactional leadership style behaviours with a higher degree and significant average than the academicians.*

**Key words:** *Physical education and sports, transformational and transactional leadership, leadership styles, multifactor leadership questionnaire*

### **GİRİŞ**

Bir toplumun gelişmesinde ve kalkınmasında hiç şüphesiz ki eğitimin rolü çok büyüktür. Eğitimin içerisinde özellikle üstlendiği görev, fonksiyon ve amaçlar bakımından, yüksek öğretimin bir ülke veya toplum hayatında stratejik öneme sahip olduğu söylenebilir<sup>(20)</sup>. Üniversiteler; toplumun gereksinimlerini karşılayacak bilginin üretilmesi, yayılması ve bilgiye erişim yöntemlerinin değişmesinin bir sonucu olarak sürekli bir arayış içinde olmak ve buna paralel olarak akademik ve kurumsal işleyiş anlamında zorunlu olan yenilenmeyi gerçekleştirmek durumundadır. Kuşkusuz bu işlevlerini yerine getirebilmesi için üniversitelerin öncelikle etkili yönetilmesi gerekir. Zira yönetimin görevi örgütleri amaçları doğrultusunda etkili bir biçimde çalıştırmaktır. Dolayısıyla üniversitelerde yönetimde bulunan fakülte ve yüksekokul yöneticilerinin liderlik stillerinin belirlenmesi ve incelenmesi faydalı olacaktır.

1900'lerden 1980'lere uzanan birbirlerini tamamlayıcı nitelikteki araştırmaların çizdikleri çerçeve her ne kadar liderlikle ilgili birçok konuya açıklık getirirse de, çevresel ve örgütsel değişimlere bağlı olarak değişen liderlik kavramı, liderler ve çalışanların paylaşılan bir amacı elde etmek için karşılıklı etkileşimlerini bir süreç olarak tanımlamaya yönelik değişmiştir<sup>(14)</sup>. Yönetim ve organizasyon alanında ortaya çıkan gelişmeler ve yeni kavramlar liderlik alanında da yeni yaklaşımların ortaya çıkmasına sebep olmuş, özellikle 1978 yılından itibaren yeni ayrımlara



gidilerek Alman sosyolog Max Weber'in karizmatik liderlik teorisinden yola çıkılarak, liderlik şekli geleneklere ve geçmişe daha bağlı olan etkileşimci liderlikle (transcantional leader), geleceğe, yeniliğe ve değişime açık olan dönüşümcü liderlik (transformational leader) adı altında sınıflandırma ortaya çıkmıştır. Başka bir anlatımla, geçmişle bugünü bağdaştıranlar transaksiyonel liderler, bugün ile geleceği bağdaştıranlar ise transformatiyonel liderler olarak adlandırılmış<sup>(9)</sup> ve günümüze kadar güncelliğini korumuştur.

Bu bağlamda eski (geleneksel) liderlik davranışlarıyla değişim sürecine uyum sağlayabilmek mümkün değildir. Bu değişim hızına en çok dönüşümcü liderlerin uyum sağlayabileceği ileri sürülmektedir. Dönüşümcü liderlik, örgütte ani ve etkili değişimi gerçekleştirmeye yönelik bir liderlik biçimidir. Dönüşümcü liderlikte örgütün iç çevresinin denetim ve eşgüdümüne dayalı bir liderlik anlayışından çok, öğrenmeyi kolaylaştırıcı ve yenilikçi bir liderliğe ihtiyaç duyulmaktadır. Bu liderlik biçiminde değişimi destekleyen yeni örgütsel değerleri geliştirme önem kazanmaktadır<sup>(10)</sup>.

Dönüşümcü liderlik ilk olarak Dawston'un (1973) "İsyan Liderliği" (Rebel Leadership) adlı çalışmasında belirtilmiştir. Sosyolojik bir tez olan "dönüşümcü liderlik" kavramı daha sonra 1978 yılında James McGregor Burns tarafından sistematize edilmiştir. Burns politik liderlik konusunda Alman sosyolog Weber'in ekonomik ve ekonomik olmayan otoritenin kaynağından yola çıkarak dönüşümcü ve davranışçı liderlik olarak bir ayrımına gitmiştir<sup>(9,34)</sup>. Burns'un yaptığı bu çalışma etkileşimci ve dönüşümcü liderlik ayrımının ötesine gidememiştir<sup>(2)</sup>. Ortaya atılan teorinin net ve anlaşılır olmaması ve teori ile ilgili ölçüm aracının geliştirilmemiş olması liderlik çalışmalarını sınırlamıştır<sup>(19)</sup>.

Bernard Bass, çalışmasıyla Burns'un yeni teorisini ilk kez ölçülebilir ve anlaşılabilir noktaya taşımıştır. Bass çalışmasında Çok Faktörlü Liderlik Anketi (Multiple Leadership Questionnaire) hazırlamıştır. Bu anket yardımıyla liderin 360 derecelik resmini çekmek mümkün olmuştur. Anketin içeriği iki liderlik biçimini değişik kategorilerde açıklamaya yöneliktir. Bu liderlik tipleri dönüşümcü ve etkileşimci liderliktir<sup>(34)</sup>. Dönüşümcü liderlik özellikle Bass'ın geliştirdiği bu anket ile çok değişik alanlarda ölçülmeye çalışılmıştır. Eğitim kurumları-ordu, emniyet örgütü, işletmelerde, özel ve kamu kurumlarında dönüşümcü liderlik çalışmaları yapılmaktadır. Dönüşümcü liderlik konusuna birçok bilim adamı ilgi göstermiştir.

Burns dönüştürücü liderliği açıklarken böyle bir liderin zorlayıcı güce başvurmaksızın insanları etkilemesinin takipçilerinin moral seviyelerini yükselteceği ve böylece onların bütününe desteğini alacağı varsayımına dayanmıştır. Dönüşümcü liderler, çevrelerini değiştirebilen liderlerdir. Bu liderler çevresel durumlara tepki göstermez, aynı zamanda yeni bir çevre yaratırlar<sup>(25)</sup>. Burns, gelecekle ilgili sahip olduğu vizyonu ve çağdaş bir medeniyetin gereği olarak atılması gerektiğine inandığı adımları dönüşümcü lider adı altında toplamıştır ve dönüşümcü liderlik teorisini bu güne kadar ortaya konulmuş tüm liderlik teorilerinin zirvesinde yer almıştır<sup>(6)</sup>.

Önerilen bu model iki boyuttan oluşmaktadır. Bunlar: Dönüşümcü ve etkileşimci liderliktir. Bass'ın geliştirdiği çok yönlü liderlik anketinde dönüştürücü liderlik boyutları dört kısma ayırmıştır;

- Karizma veya ideal etki: "takipçiler liderlerini mükemmel görür ve örnek alırlar",
- Telkin: "takipçiler ortak bir amaca ulaşmak için güdülenirler",
- Bireysel düzeyde ilgi: "takipçilerin ihtiyaçları bireysel ve eşit olarak karşılanır",
- Zihinsel teşvik: "takipçilerini önceki geleneksel düşüncelerden kurtarmak için cesaretlendirilir"<sup>(36)</sup> olarak sıralanmaktadır.

Etkileşimci liderlik ise üç faktörden oluşmaktadır<sup>(6)</sup>. Bunlar;

- Koşullu ödül: Liderin astlarıyla amaç-ödül etkileşimi içine girdikleri davranış biçimidir<sup>(11)</sup>.
- İstisnalarla yönetim (aktif-pasif): İstisnalarla yönetimde lider ya çok aktif olup astlarını sürekli izler ve hatalar ortaya çıkmadan önce müdahale eder; ya da nispeten daha az aktif olup, hangi durumlarda nasıl bir tepkide bulunacağını astlarına önceden bildirir veya pasif olmayı tercih edip, hatanın yapılmasını bekler ve ondan sonra müdahale ederek gerekli önlemleri alır<sup>(13)</sup>.
- Laissez-faire liderlik: Laissez-faire (tam serbesti tanıma) türü liderlikte, yöneltme ve yönlendirme en alt düzeyde tutulmaktadır. Lider ile takipçileri arasında etkileşim, ilişki ve ortak faaliyetler alt düzeydedir<sup>(6)</sup>.

Yükseköğretime yön veren yeni eğilimler, yükseköğretim kurumlarının vizyon ve misyonlarını yeniden tanımlama zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. Küresel rekabet, ileri teknolojiler, yeni kamu yönetimi anlayışı, demografik değişimler, yeni öğrenme ve öğretme yöntemleri ve üniversitelerdeki liderlik anlayışındaki gelişmeler yükseköğretim kurumlarını değiştirmeye zorlamaktadır. Yükseköğretim kurumlarının kurumsal anlamda bir dönüşümü başlatabilmesi için güçlü bir liderliğe ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu bağlamda üniversitelerdeki okul yöneticilerinin liderlik stilleri önem kazanmaktadır. Bu çalışma, yönetici ve akademisyenlerin algılarına göre beden eğitimi ve spor yüksekokulları yöneticilerinin sahip oldukları liderlik stillerini (dönüşümcü ve etkileşimci) belirlemek; yüksekokul yöneticilerinin sahip oldukları liderlik stillerinin yöneticilerin ve akademisyenlerin algılarına göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın sonuçları, bu liderlik (dönüşümcü ve etkileşimci) stilleri hakkında var olan literatüre katkı sağlayabilir. Bu araştırmayla, akademik örgütlerde, ekiplerde ve kuruluşlarda liderlerin seçilmesi, eğitilmesi ve gelişmesi konularında faydalı olacağı düşünülmektedir.

## **YÖNTEM**

### **Araştırmanın Modeli**

Betimsel bir nitelikte olan bu araştırmada, yönetici ve akademisyenlerin algılarına göre yöneticilerin sahip oldukları liderlik stilleri (dönüşümcü ve etkileşici) belirlenmiş; yüksek okul yöneticilerinin sahip oldukları liderlik stillerinin yöneticilerin ve akademisyenlerin algılarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı araştırılmıştır.

### **Evren ve Örneklem**

Araştırmanın evrenini, 2007-2008 eğitim-öğretim yılında Türkiye'deki devlet üniversitelerine bağlı 38 BESYO (Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu) ve 2 SBTYO (Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu)'nda (ÖSYS, 2007) görev yapan, yüksekokul yöneticileri (okul müdürü ve bölüm başkanları) ile akademisyenler (öğretim üyeleri, öğretim görevlileri, okutmanlar, uzmanlar ve bölüm kadrolarında bulunan araştırma görevlileri) oluşturmaktadır (Tablo 1). Güvenilir verilerin elde edilmesi amacı ile örneklem alma yoluna gidilmemiş, evrenin geneli üzerinde çalışılmış, "kendini örnekleyen evren"<sup>(18)</sup> araştırmanın çalışma evreni olarak kabul edilmiştir.

Araştırma kapsamındaki yüksekokullardaki akademisyen sayıları, güncel olan yüksekokul web sitelerinden, güncel olmayan veya web sitesi aktif olmayan yüksekokullarda ise yüksekokul sekreterleriyle ilgili yazışmalar yapılarak elde edilmiştir. Elde edilen akademisyen sayıları ve anketi cevaplayan akademisyen sayıları Tablo 1'de ayrıntıları ile verilmiştir.

**Tablo 1. Evrendeki Üniversite ve Yüksekokullarına ait Toplam Akademisyen Sayıları ile Anketi Cevaplayan Akademisyen Sayıları**

	Üniversite	YÜKSEKOKULLAR AKADEMİSYEN SAYISI						ANKETİ CEVAPLAYAN AKADEMİSYEN SAYISI					
		ÖÜ	ÖG	U	O	AG	T	ÖÜ	ÖG	U	O	AG	T
1	Abant İzzet Baysal Üniversitesi	17	2	1	-	8	28	4	2	-	-	7	13
2	Adnan Menderes Üniversitesi	8	6	-	10	1	25	5	3	-	2	-	10
3	Afyon Kocatepe Üniversitesi	2	5	1	6	-	14	1	4	-	4	-	9
4	Ahi Evran Üniversitesi	2	3	-	1	4	10	1	3	-	1	4	9
5	Akdeniz Üniversitesi	11	13	-	9	8	41	5	5	-	6	7	23
6	Aksaray Üniversitesi	5	6	1	-	-	12	5	5	-	-	-	10
7	Anadolu Üniversitesi	5	27	1	4	6	43	5	11	1	3	4	24
8	Ankara Üniversitesi	11	4	-	-	1	16	8	3	-	-	1	12
9	Atatürk Üniversitesi	9	4	-	11	1	25	6	3	-	10	2	21
10	Balıkesir Üniversitesi	7	-	-	-	1	8	4	-	-	-	1	5
11	Celal Bayar Üniversitesi	14	13	-	-	8	35	12	10	-	-	4	26
12	Cumhuriyet Üniversitesi	2	16	-	-	5	23	1	8	-	-	1	10
13	Çukurova Üniversitesi	5	15	-	12	2	34	3	5	-	3	2	13
14	Dicle Üniversitesi	1	10	-	5	-	16	1	7	-	1	-	9
15	Dumlupınar Üniversitesi	9	3	-	1	8	21	6	-	-	-	4	10
16	Ege Üniversitesi	10	15	-	-	14	39	8	15	-	-	7	30
17	Erciyes Üniversitesi	6	1	-	19	2	28	2	1	-	12	-	15
18	Fırat Üniversitesi	6	2	-	2	8	18	6	2	-	1	4	13
19	Gazi Üniversitesi	38	8	3	-	9	58	26	6	3	-	6	41
20	Gaziantep Üniversitesi	1	3	-	10	1	15	1	3	-	4	1	9
21	Gaziosmanpaşa Üniversitesi	4	4	-	2	-	10	3	4	-	2	-	9
22	Hacettepe Üniversitesi	8	7	5	7	5	32	4	6	2	7	3	22
23	İstanbul Üniversitesi	6	5	-	5	2	18	2	3	-	2	1	8
24	Kafkas Üniversitesi	2	7	-	3	2	14	1	4	-	3	1	9
25	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üni.	3	2	-	1	-	6	2	2	-	1	-	5
26	Karamanoğlu Mehmet Bey Üni.	3	5	-	2	1	11	2	4	-	-	1	7
27	Kastamonu Üniversitesi	3	7	-	4	1	15	3	3	-	2	1	9
28	Kırıkkale Üniversitesi	2	4	-	13	1	20	-	2	-	10	-	12
29	Kocaeli Üniversitesi	7	12	-	16	1	36	4	3	-	7	-	14
30	Kocaeli Üniversitesi Karamürsel	3	5	-	1	-	9	2	2	-	-	-	4
31	Marmara Üniversitesi	36	13	-	-	19	68	21	8	-	-	19	48
32	Mersin Üniversitesi	3	6	-	2	4	15	1	6	-	1	3	11
33	Muğla Üniversitesi	7	11	1	-	3	22	4	4	-	-	3	11
34	Mustafa Kemal Üniversitesi	3	12	-	-	1	16	1	6	-	-	1	8
35	Niğde Üniversitesi	10	17	-	-	-	27	9	10	-	-	-	19
36	Ondokuz Mayıs Üni. Yaşar Doğu	6	10	-	11	-	27	6	8	-	9	-	23
37	Pamukkale Üniversitesi	9	11	5	18	-	43	1	5	2	5	-	13
38	Sakarya Üniversitesi	8	5	1	7	2	23	5	2	-	5	1	13
39	Selçuk Üniversitesi	15	21	1	1	15	53	10	17	1	1	11	40
40	Trakya Üniversitesi Kırkpınar	2	9	-	11	3	25	2	4	-	6	1	13
GENEL TOPLAM		309	329	20	194	147	999	193	199	9	108	101	610

ÖÜ: Öğretim Üyesi, ÖG: Öğretim Görevlisi, U: Uzman, O: Okutman, AG: Araştırma Görevlisi

Tablo 1’de görüldüğü üzere devlet üniversitelerine bağlı 38 yüksekokul Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu ve 2 yüksekokul, Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu olup bu yüksekokullarda anketi cevaplayan yönetici ve akademisyen sayısı 610 kişidir. Spor Bilimleri ve Teknolojisi yüksekokulları Hacettepe ve Pamukkale üniversitelerine bağlı bulunmaktadır.

Araştırmanın evrenini oluşturan devlet üniversitelerine bağlı 40 yüksekokul araştırma ile ilgili anket uygulaması talebini kabul etmiştir. Yüksekokullardaki araştırmaya katılan yönetici ve akademisyen sayıları toplu olarak Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2. Araştırmaya Katılan Yönetici ve Akademisyen Sayıları**

	N	%
<b>Yönetici</b>	89	14,6
<b>Akademisyen</b>	521	85,4
<b>Toplam</b>	610	100,0

Tablo 2’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan 610 akademisyenin % 14.6’sı yönetici (okul müdürü ve bölüm başkanı), % 85.4’ü akademisyen (Öğretim üyesi, öğretim görevlisi, uzman, okutman, araştırma görevlisi)’dir.

#### **Verilerin Toplanması**

Bu araştırmada veriler, araştırmacı tarafından geliştirilen "Kişisel Bilgi Formu" ve "Çok Faktörlü Liderlik Ölçeği" ile toplanmıştır. Araştırmada elde edilen veriler olgusal ve yargısal veri türündendir. Olgusal olanlar "Kişisel Bilgi Formu" ile elde edilen ve araştırmaya katılan yönetici ve akademisyenlerin bireysel ve mesleki özelliklerini gösteren verilerdir. Yargısal olanlar ise "Çok Faktörlü Liderlik Ölçeği"nde bulunan yargı maddelerine verilen yanıtları içeren verilerdir. Verilerin kaynağı, yüksekokullarda görev yapan okul yöneticileri ve akademisyenlerin okul yöneticilerinin liderlik stillerine ilişkin algılarının beşli Likert tipi ölçekler üzerindeki işaretlerine dayanmaktadır.

#### **Çok Faktörlü Liderlik Ölçeği (Multifactor Leadership Questionnaire MLQ-5X)**

Çok faktörlü liderlik anketi (MLQ-5X) dönüşümcü ve etkileşimci liderlik türlerini ölçmek için 1995’te Bass ve Avolio tarafından geliştirilmiştir. Bu anket formuyla kurumsal ve bilimsel araştırmalar için bireysel lider raporlarının hazırlanmasına uygun olarak 45 ifade bulunmaktadır<sup>(7)</sup>. Dönüşümcü liderliği belirleyen 20, etkileşimci liderliği belirleyen 16, liderlik davranışlarının sonuçlarını belirleyen 9 olmak üzere toplam 45 maddeden oluşmaktadır. Dönüşümcü liderlik, kendi içerisinde her biri 4 maddeden oluşan; idealleştirilmiş etki (davranış), idealleştirilmiş etki (affedilen), telkinle güdüleme, entelektüel uyarım ve bireysel destek alt boyutlarından; Etkileşimci liderlik ise yine 4 maddeden oluşan; koşullu ödül, istisnalarla yönetim (pasif), istisnalarla yönetim

(aktif), Laissez- Faire liderlik alt boyutlarından oluşmaktadır. Liderlik davranışlarının sonuçları ise ekstra çaba, etkililik ve doyum olmak üzere 3 boyuttan oluşmaktadır. Araştırmada dönüşümcü liderlik alt boyutları ve etkileşimci liderlik alt boyutları puanları hesaplanmış, sonuç boyutuna ilişkin veriler değerlendirme kapsamı dışında tutulmuştur.

Beden eğitimi ve spor yüksekokul yöneticilerinin liderlik stillerini ölçmek amacıyla araştırmacı tarafından, www.mindgarden.com adresinden Bass ve Avolio (1995) tarafından geliştirilen "Çok Faktörlü Liderlik Anketi-Lider Formu (5X Kısa)" ve "Çoklu Faktör Liderlik Anketi-Değerlendirici Formu (5X Kısa)" (Multifactor Leadership Questionnaire MLQ-5X Short) kullanma izini alınmıştır. Ölçekte kullanılan seçenekler Likert tipi beşli derecelendirmeye göre düzenlenmiş, seçeneklere 0-4 arasında puan verilmiştir: Hiçbir zaman (0), Seyrek olarak (1), Bazen (2), Sıklıkla (3) ve Her zaman (4) şeklinde likert tipinde oluşturulmuştur.

#### **Çok Faktörlü Liderlik Ölçeğinin (Multifactor Leadership Questionnaire - MLQ 5X-Short) Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması**

Bu araştırmada Liderlik Stilleri Ölçeğinin (Multifactor Leadership Questionnaire - MLQ 5X-Short) Türk örgüt ve kültür yapısına uyumu bakımından, orijinali İngilizceden Türkçeye birçok yazar ve araştırmacı tarafından (Karip<sup>(24)</sup>, Korkmaz<sup>(26,27,28,29)</sup>, Cemaloğlu<sup>(15,16,17)</sup>) çevrilmiş olmasına rağmen üniversite örgüt yapısının kendine özgü yönlerini bulunması nedeniyle uyarlama çalışması tekrar yapılmıştır. Ayrıca yukarıda bahsedilen ve Türkiye’de yapılan araştırmalarda, geçerlik ve güvenilirliği teyit edilmiştir. Buna rağmen, ölçeğin geçerlik ve güvenilirliği de tekrar denenmiştir. İlk aşamada Lider (yönetici) seti ve değerlendirici (akademisyen) seti ölçek maddeleri Türkçeye uyarlanmış, çeviri uzman öğretim elemanlarının (Selçuk Üniversitesi, Selçuk Tercüme Merkezi) incelemelerine sunulmuş görüşleri alınmış ve aynı anket maddelerinin daha önceki araştırmalardaki çevirileriyle karşılaştırılmıştır. Daha sonra hazırlanan anket soruları araştırma evreninden seçilen gruplara (Selçuk Üniversitesi BESYO ve Gazi Üniversitesi BESYO) yönetici ve akademisyenlere dağıtılarak her bir ifade için anlaşılır dereceleri bakımından eleştirileri alınmış ve son değişiklikler yapılmıştır.

İkinci aşamada Ölçek öncelikle geçerlik ve güvenilirlik çalışması kapsamında Ankara Üniversitesi, Atatürk Üniversitesi, Aksaray Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi ve Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulları’nda toplam 120 kişilik bir akademisyen grubuna uygulanmıştır. Uygulama sonucu dönüşümcü liderlik boyutunun genel Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı= .9644, dönüşümcü liderliğin her bir alt boyutunun güvenilirlik değerleri; İdealleştirilmiş Etki (davranış)= .7955, İdealleştirilmiş Etki (atfedilen)= .8671, Telkinle Güdüleme= .8617, Entelektüel Uyanım= .8537 ve Bireysel Destek= .8639’dır. Etkileşimci liderlik boyutunun genel Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı ise, .7136 çıkmıştır. Etkileşimci liderliğin her bir alt boyutunun güvenilirlik değerleri; Koşullu Ödül= .8672, İstisnalarla Yönetim (Pasif)= .6059,

İstisnalarla Yönetim (Aktif)= .6002, Laissez- Faire liderlik= .8150'dir. Beş alt boyuttan ve toplam 20 sorudan oluşan Dönüşümcü liderliğin toplam varyansı açıklama yüzdesi 73,707, dört alt boyut ve 16 sorudan oluşan Etkileşimci liderliğin toplam varyansı açıklama yüzdesi ise 68.407 çıkmıştır. Varimax yöntemi kullanılarak döndürme işlemi sonucunda Dönüşümcü liderliğin alt boyutlarının faktör yükleri .48 ile .84, Etkileşimci liderliğin alt boyutlarının faktör yükleri ise .64 ile .86 arasında çıkmıştır. MLQ kullanılarak; Karip<sup>(24)</sup>, Korkmaz<sup>(26,27,28,29)</sup>, Cemaloğlu<sup>(15,16,17)</sup> tarafından yurt içinde yapılan araştırmalarda da ölçeğin geçerlik ve güvenilirliğine ilişkin benzer sonuçlar elde edilmiştir.

### **Verilerin Analizi**

Yönetici ve akademisyenlere uygulanarak geriye alınan 610 anket veri giriş işleminden sonra anketi cevaplayan yönetici ve akademisyenlerin anketlere verilen cevaplarının aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları hesaplanarak, yönetici ve akademisyenlerin liderlik stillerine ilişkin algılarının dağılımları belirlenmiştir. Daha sonra verilerin normal dağılım gösterip göstermediği Kolmogorov-Smirnov Testi ve Shapiro-Wilk Testi ile test edilmiş ve bütün değişkenlerin normal dağılım göstermedikleri görülmüştür. Bu nedenle bağımsız değişkenlerle liderlik stilleri alt boyutları parametrik olmayan testlerle sınanmıştır. İkili karşılaştırmalar için Mann-Whitney U Testi kullanılmıştır. Anlamlılık düzeyi için  $\alpha=0,05$  seçilmiştir.

Okul yöneticilerin ve akademisyenlerin liderlik stillerinin belirlenmesi, açıklanması ve yorumlanmasında ankette kullanılan beşli dereceleme ölçeğine uygun olarak 3.21-4.00 (her zaman), 3.20-2.41 (sıklıkla), 2.40-1.61 (bazen), 1.60-0,81 (seyrek olarak), 0,80. 0.00 (hiçbir zaman) puan aralıkları kullanılmıştır. Ölçeğin uygulandığı yöneticiler ve akademisyenlerin cevaplarından ortaya çıkan puanlar 4.00-0.00= 4.00 puanlık bir genişliğe sahiptir. Genişlik 5'e bölünerek yöneticilerin liderlik stilleri aralıkları saptanmıştır. Buna göre; 3.21-4.00 (her zaman), 3.20-2.41 (sıklıkla), 2.40-1.61 (bazen), 1.60-0,81 (seyrek olarak), 0,80. 0.00 (hiçbir zaman) olarak değerlendirilmektedir.

### **BULGULAR**

Beden eğitimi ve spor yüksekokulları yöneticilerinin liderlik stillerine ilişkin yüksekokul yöneticilerinin ve akademisyenlerinin algılarına ait bulgular aşağıda tablolarda sunulmuştur.

**Tablo 3. Akademisyen ve Yöneticilerin Algılarına göre Liderlik Stillere İlişkin Frekans, Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri**

Liderlik Stilleri	Görev	N	$\bar{X}$	S
<b>Dönüşümcü Liderlik</b>				
İdealleştirilmiş etki (atfedilen)	Yönetici	89	3,28	,55
	Akademisyen	521	2,31	1,08
İdealleştirilmiş etki (davranış)	Yönetici	89	3,46	,49
	Akademisyen	521	2,62	,92
Telkinle güdüleme	Yönetici	89	3,40	,47
	Akademisyen	521	2,57	1,00
Entelektüel uyarım	Yönetici	89	3,36	,47
	Akademisyen	521	2,32	1,00
Bireysel destek	Yönetici	89	3,39	,52
	Akademisyen	521	2,05	1,09
<b>Etkileşimci Liderlik</b>				
Koşullu ödül	Yönetici	89	3,45	,39
	Akademisyen	521	2,38	1,04
İstisnalarla yönetim (aktif)	Yönetici	89	2,31	,78
	Akademisyen	521	2,04	,78
İstisnalarla yönetim (pasif)	Yönetici	89	1,21	,72
	Akademisyen	521	2,16	,73
Laissez-faire	Yönetici	89	,65	,59
	Akademisyen	521	1,50	1,02

Tablo 3’de görüldüğü gibi okul yöneticilerinin algılarına göre dönüşümcü liderlik stilinde en fazla gerçekleşen alt boyutun idealleştirilmiş etki (davranış) ( $\bar{X}=3,46$ ), en az gerçekleşen alt boyutun ise idealleştirilmiş etki (atfedilen) ( $\bar{X}=3,28$ ) olduğu bulunmuştur. Akademisyenlerin algılarına göre ise dönüşümcü liderlik stilinde en fazla gerçekleşen alt boyutun idealleştirilmiş etki (davranış) ( $\bar{X}=2,62$ ), en az gerçekleşen alt boyutun ise bireysel destek ( $\bar{X}=2,05$ ) olduğu görülmektedir.

Yöneticilerin algılarına göre etkileşimci liderlik stilinde en fazla gerçekleşen alt boyutun koşullu ödül ( $\bar{X}=3,45$ ), en az gerçekleşen alt boyutun ise Laissez-faire ( $\bar{X}=0,65$ ) olduğu görülmektedir. Akademisyenlerin algılarına göre de etkileşimci liderlik stilinde en fazla gerçekleşen alt boyutun koşullu ödül ( $\bar{X}=2,38$ ), en az gerçekleşen alt boyutun ise Laissez-faire ( $\bar{X}=1,50$ ) olduğu görülmektedir.



**Tablo 4. Akademisyen ve Yöneticilerin Algılarına Göre, Okul Yöneticilerinin Liderlik Stilleri Alt Boyutları Karşılaştırılmasına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Liderlik Stilleri	Görev	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	P
<b>Dönüşümcü Liderlik</b>						
İdealleştirilmiş etki (atfedilen)	Yönetici	89	444,75	39583,00	10791,00	,000*
	Akademisyen	521	281,71	146772,00		
İdealleştirilmiş etki (davranış)	Yönetici	89	452,10	40236,50	10137,50	,000*
	Akademisyen	521	280,46	146118,50		
Telkinle güdüleme	Yönetici	89	439,35	39102,00	11272,00	,000*
	Akademisyen	521	282,64	147253,00		
Entelektüel uyarım	Yönetici	89	471,03	41921,50	8452,50	,000*
	Akademisyen	521	277,22	144433,50		
Bireysel destek	Yönetici	89	494,58	44017,50	6356,50	,000*
	Akademisyen	521	273,20	142337,50		
<b>Etkileşimci Liderlik</b>						
Koşullu ödül	Yönetici	89	472,85	42083,50	8290,50	,000*
	Akademisyen	521	276,91	144271,50		
İstisnalarla yönetim (aktif)	Yönetici	89	353,11	31427,00	18947,00	,006*
	Akademisyen	521	297,37	154928,00		
İstisnalarla yönetim (pasif)	Yönetici	89	134,56	11975,50	7970,50	,000*
	Akademisyen	521	334,70	174379,50		
Laissez-faire liderlik	Yönetici	89	179,01	15931,50	11926,50	,000*
	Akademisyen	521	327,11	170423,50		

\* p<0,05

Tablo 4'de görüldüğü üzere, beden eğitimi ve spor yüksekokulları yöneticilerinin liderlik stilleri yüksekokul yönetici ve akademisyenlerinin algılarına göre farklılaşp farklılaşmadığı incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda, yüksekokul yöneticilerinin ve akademisyenlerinin okul yöneticilerinin dönüşümcü liderlik stillerine ilişkin algıları idealleştirilmiş etki (atfedilen) (U=10791,00; p<,05), idealleştirilmiş etki (davranış) (U=10137,50; p<,05), telkinle güdüleme (U=11272,00; p<,05), entelektüel uyarım (U=8452,50; p<,05) ve bireysel destek (U=6356,50; p<,05), boyutlarında anlamlı farklılık göstermektedir.

Yüksekokul yöneticilerinin ve akademisyenlerinin okul yöneticilerinin etkileşimci liderlik stillerine ilişkin algıları koşullu ödül (U=8290,50; p<,05), istisnalarla yönetim (aktif) (U=18947,00; p<,05), istisnalarla yönetim (pasif) (7970,50; p<,05) ve laissez-faire liderlik (U=11926,50; p<,05) boyutlarında anlamlı farklılık göstermektedir.

### **TARTIŞMA ve SONUÇ**

Yapılan araştırmada, Beden Eğitimi ve Spor yükseköğretim yöneticilerinin algılarına göre dönüşümcü liderlik stilinde en fazla gerçekleşen alt boyutun idealleştirilmiş etki (davranış), en az gerçekleşen alt boyutun ise idealleştirilmiş etki (atfedilen) olduğu bulunmuştur. Akademisyenlerin algılarına göre ise dönüşümcü liderlik stilinde en fazla gerçekleşen alt boyutun idealleştirilmiş etki (davranış), en az gerçekleşen alt boyutun ise bireysel destek olduğu görülmüştür. Yöneticilerin algılarına göre etkileşimci liderlik stilinde en fazla gerçekleşen alt boyutun koşullu ödül, en az gerçekleşen alt boyutun ise Laissez-faire olduğu görülmüştür. Akademisyenlerin algılarına göre de etkileşimci liderlik stilinde en fazla gerçekleşen alt boyutun koşullu ödül, en az gerçekleşen alt boyutun ise Laissez-faire olduğu görülmüştür. Bu bulguları Mestinssek(32)'in ABD'deki okul müdürlerinin en çok karizma (idealleştirilmiş etki-atfedilen, idealleştirilmiş etki-davranış) olmak üzere telkinle güdülenme ve entelektüel uyarım boyutlarında kendilerini daha başarılı bulduklarını belirttiği araştırma bulguları destekler niteliktedir.

Okul yöneticileri dönüşümcü liderlik stilinin bütün boyutlarındaki davranışları gösterme düzeylerine ilişkin "her zaman" şeklinde değerlendirmede bulunmuşlardır. Etkileşimci liderlik stilinin koşullu ödül davranışını gösterme düzeyleri "her zaman" şeklinde iken, istisnalarla yönetim (aktif) "bazen", istisnalarla yönetim (pasif) "nadiren" ve laissez-faire liderlik davranışını "hiçbir zaman" göstermediklerini belirtmişlerdir. Akademisyen algılarına göre ise okul yöneticilerinin dönüşümcü liderlik stillerinden idealleştirilmiş etki (atfedilen), entelektüel uyarım ve bireysel destek davranışlarını "bazen", idealleştirilmiş etki (davranış) ve telkinle güdülenme davranışlarını "çoğunlukla" gösterdikleri belirlenmiştir. Akademisyenler okul yöneticilerinin etkileşimci liderlik stilinin koşullu ödül, istisnalarla yönetim (aktif) ve istisnalarla yönetim (pasif) davranışını gösterme düzeylerini "bazen", laissez-faire liderlik davranışını "nadiren" gösterdiklerini belirtmişlerdir. Tablo 3, standart sapmalar açısından incelendiğinde ise yöneticilerin algılarının dönüşümcü ve etkileşimci liderlik davranışlarıyla ilgili hemen hemen bütün boyutlarda standart sapması akademisyenlere göre daha düşüktür. Bu bulgu yöneticilerin kendi içinde kuvvetli bir algı birliğine sahip olduklarını, akademisyenlerin ise kendi içinde belirgin bir algı birliği içinde olmadıklarını göstermektedir.

Tablo 3'deki bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, okul yöneticilerinin dönüşümcü liderlik davranışları her iki grubun algılarına göre etkileşimci liderlik davranışlarından daha fazla gerçekleştirildiği görülmektedir. Burada okul yöneticileri kendi algılarına göre her ne kadar dönüşümcü liderlik stili davranışlarını fazla gerçekleştirmiş görseler de, etkileşimci liderlik stilini gerçekleştirme oranları da oldukça yüksektir. Bu güne kadar yapılan çalışmalar dönüşümcü liderlerin genelde iyi birer etkileşimci lider olduklarını da göstermektedir<sup>(10)</sup>. Altun<sup>(2)</sup>'a göre de okul müdürlerinin okullarında birden fazla liderlik davranışı sergilemeleri gerektiğini belirttiği çalışma bulguları bu sonucu desteklemektedir. Araştırma bulgularında dönüşümcü lider davranışlarını gösteren yöneticilerin aynı zamanda yüksek etkileşimci lider davranışlarına sahip olmalarını bu şekilde yorumlamak mümkündür.

Dönüşümcü liderlikte idealleştirilmiş etki (davranış) boyutunun okul yöneticilerinin ve akademisyenlerin algılarına göre yüksek düzeyde görülmesi de, yöneticilerin kendisi için önemli olan değerler ve inançlarla ilgili konuşması, bir amaca sahip olmanın önemli olduğunu anlatması, kararların etik kurallara uygun olmasına dikkat etmesi ve ortak bir misyon duygusuna sahip olmanın gerekliliğini vurgulaması gibi davranışların eğitim örgütleri ve özellikle de üniversitelerde olması gereken davranışlar olarak yorumlanabilir.

Okul yöneticilerinin, akademisyenlerin algılarına göre dönüşümcü liderlik stiline bireysel destek davranışını az düzeyde gerçekleştirmeleri, okulda akademisyenlere yönelik yöneticilerin ek çaba sarf etmediklerinin, farklılıklarının ayırıcı özelliklerini, okulun amaçları doğrultusunda yönetemediklerinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Etkileşimci liderlik stiline koşullu ödül davranışını gerçekleştirme düzeyi hem yöneticilerin hem de akademisyenlerin algılarına göre oldukça yüksek bulunmuştur. Bu sonucu Mtegha<sup>(33)</sup>'nin Malawian'da yüksek eğitim kurumlarındaki akademik liderlerin ve fakülte yöneticilerinin liderlik stillerini incelediği çalışmasında yöneticilerinin daha çok görevler üzerinde odaklanarak koşullu ödül yöntemini kullandıklarını belirttiği araştırma bulguları destekler niteliktedir.

Etkileşimci liderliğin en az gerçekleşen alt boyutunun Laissez-faire liderlik olması da, üniversitelerde liderin sözde var olduğu bir liderlik biçiminin onaylanamaz, kabul edilemez olmasındandır. Eğitim örgütlerinin iç müşterileri bu duruma tepki vermese bile, dış müşteriler bu durumu düzeltmeye çalışır. Üniversitelerde bu tür liderlerin varlığı, kısmen de olsa siyasi erkin etkisiyle atanan okul yöneticilerinde görülebilir.

Beden eğitimi ve spor yüksekokul yöneticilerinin ve akademisyenlerinin okul yöneticilerinin dönüşümcü liderlik stillerine ilişkin algıları idealleştirilmiş etki (atfedilen), idealleştirilmiş etki (davranış), telkinle güdüleme, entelektüel uyarım ve bireysel destek boyutlarında anlamlı farklılık göstermiştir. Yüksekokul yöneticilerinin ve akademisyenlerinin okul yöneticilerinin etkileşimci liderlik stillerine ilişkin algıları koşullu ödül, istisnalarla yönetim, istisnalarla yönetim (pasif) ve laissez-faire liderlik boyutlarında anlamlı farklılık göstermiştir (Tablo 4).

Yüksekokul yöneticileri ile akademisyenlerin hem dönüşümcü hem de etkileşimci liderlik stiline ilişkin algıları arasında önemli bir farklılık vardır. Yüksekokul yöneticileri akademisyenlere göre kendilerini hem dönüşümcü hem de etkileşimci liderlikte daha olumlu değerlendirirken, yüksek bir algıyla kendilerini daha çok dönüşümcü bulmaktadırlar. Anthony<sup>(4)</sup> ve Lesney<sup>(30)</sup> okullarda başarı sağlanabilmesi için dönüşümcü liderliğin uygulanmasını çok önemli görmektelerdir. Okul yöneticilerinin bu liderlik stillerini yüksek düzeyde sergilediklerini düşünmeleri pratikte sevindirici bir durum olarak görülse bile, yöneticilerin algıları akademisyen algılarıyla karşılaştırıldığında onların kendilerini idealize ettikleri gibi gösterdikleri sonucu çıkabilir. Nitekim Altun<sup>(3)</sup>'ün dönüşümcü liderlik konusunda yaptığı bir çalışmada okul müdürlerinin dönüşümcü liderliği önemli bulmalarına karşın verdikleri önem derecesi ile orantılı uygulamadıkları bulunmuştur. Buna göre yüksekokul yöneticilerinin dönüşümcü liderlik davranışlarına ilişkin yüksek algıları, akademisyenlerin

değerlendirmelerini göz önüne aldığımızda; nitelikleri, özellikleri veya yeterlikleri uygulama boyutunda yeterince sergileyemedikleri anlaşılmaktadır. Bu bulgular, akademisyen ve yöneticilerin algıları arasında ki farklılığın okul yöneticilerinin kendi davranışlarını daha iyimser bir şekilde algulamalarıyla ve okul yöneticileri tarafından yüksekokullarda yapılan yenilik ve değişimlerin akademisyenler tarafından yeterli görülmediği, bunun sonucu olarak okul yöneticilerinin değişime ve yeniliğe gerektiği kadar önem vermedikleri şeklinde de yorumlanabilir. Ayrıca okul yöneticilerinin kendilerini daha nesnel değerlendirmeleri gerekliliğini ortaya çıkarabilir. Yöneticiler kendilerinin sürekli olumlu yanlarını görüp aksi durumları göz ardı ederlerse kendilerini geliştirme konusunda geride kalabilirler. Etkileşimci liderlik stillerini gösterme açısından da okul yöneticileri kendilerini daha olumlu değerlendirmektedir. Bu farklılıkların taraflar arasındaki iletişim eksikliğinden de kaynaklandığı düşünülebilir. Liderlik sadece yöneticiler için değil okulda görev yapan tüm personelin içinde yer aldığı bir kavramdır. Bu bakımdan yüksekokul yöneticilerinden de akademisyenlerin dönüşümcü ve etkileşimci liderlik özelliklerini gözlemleyebilecekleri nitelikte davranışlar sergileyebilmeleri beklenir.

Bu sonuçlara göre yöneticilerin dönüşümcü liderlik stili davranışlarına ilişkin algılarının tüm alt boyutlarda akademisyenlere göre daha yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle yöneticiler kendilerini akademisyenlerin görüşlerinden daha yüksek seviyede dönüşümcü lider olarak görmektedirler. Ortalamalar arasında farklılık olsa da sonuç itibarı ile iki grup da okul yöneticilerinin dönüşümcü liderlik stili davranışlarını daha fazla oranda gerçekleştirdiklerini ifade etmektedirler. Bu araştırmanın bulgularını Ingram<sup>(23)</sup>, Karip<sup>(24)</sup>, Floyd<sup>(21)</sup>, Shivers<sup>(35)</sup>, Mestinssek<sup>(32)</sup>, Açıklan<sup>(1)</sup>, Bayrak<sup>(12)</sup>, McIntyre<sup>(31)</sup>, Şahin<sup>(37)</sup>, Mtegha<sup>(33)</sup>, Şahin<sup>(38)</sup> ve Korkmaz<sup>(27)</sup>'in yaptığı araştırmalar destekler niteliktedirler. Sözü edilen araştırmaların bulgularına göre okul müdürleri öğretmenlere/akademisyenlere göre kendilerini dönüşümcü liderlik açısından oldukça olumlu değerlendirmişlerdir.

Yöneticilerin etkileşimci liderlik stili davranışlarına ilişkin algılarında ise koşullu ödül ve istisnalarla yönetim (aktif) davranışlarını daha yüksek düzeyde, istisnalarla yönetim (pasif) ve laissez-faire liderlik davranışlarını da akademisyenlerin algılarına göre daha düşük düzeyde gösterdikleri görülmektedir. Burada okul yöneticileri her ne kadar dönüşümcü liderlik stilini fazla gerçekleştirmiş görünseler de, etkileşimci liderlik boyutunda özellikle koşullu ödül stilini gerçekleştirme oranı da oldukça yüksektir. Fakat Hall<sup>(22)</sup>'in araştırması bu araştırmanın bulgularından farklı olarak etkileşimci liderlik stiline ilişkin öğretmenler ile yöneticiler arasında çok az görüş farkı olduğunu ortaya koymuştur.

Araştırmadan elde edilen bulgulara dayalı olarak, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu yöneticilerinin dönüşümcü ve etkileşimci liderlik stilleri yönetici ve akademisyenlerin algılarına göre, okul yöneticilerinin ilk önce dönüşümcü ve sonra etkileşimci liderlik stili sergiledikleri belirlenmiştir. Yöneticiler akademisyenlerden daha yüksek ve anlamlı bir ortalama ile kendilerinin dönüşümcü ve etkileşimci liderlik stili davranışlarını gerçekleştirdiklerini düşünmektedirler.

Yönetici ve akademisyenlerin yöneticilerin liderlik stillerine ilişkin algılarında var olan farklılıklardan yola çıkarak geliştirilen öneriler şunlardır:

➤ Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu yöneticilerinin dönüşümcü liderlik davranışlarına ilişkin yüksek algıları, akademisyenlerin değerlendirmeleri göz önüne alındığında uygulama boyutunda yeterince sergileyemedikleri anlaşılmaktadır. Bu bakımdan yüksekokul yöneticileri, akademisyenlerin kendilerinin dönüşümcü ve etkileşimli liderlik özelliklerini gözlemleyebilecekleri, kendilerini daha iyi ifade edecekleri, kendi değerlendirmelerinde var olduğunu belirtmiş oldukları liderlik özelliklerini akademisyenlere hissettirmelidirler.

➤ Yöneticiler kendilerinin sürekli olumlu yanlarını görüp aksi durumları göz ardı ederlerse kendilerini geliştirme konusunda geride kalabilirler. Bu yüzden yüksekokul yöneticilerinin kendilerini daha nesnel değerlendirmeleri de önemli görülmektedir. Ayrıca, yüksekokul yöneticilerinin liderlik stillerine ilişkin akademisyenler ve yöneticilerin algı düzeyindeki farklılıklar tarafların iletişim eksikliğinden kaynaklanabilir. Okul yöneticileri iletişim becerilerini sürekli geliştirme çabası içinde olmalıdır.

#### **KAYNAKLAR**

1. Açıkalın, A. (2000). İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Dönüşümcü Liderlik Özellikleri ile Empati Becerileri Arasındaki İlişki. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Yöneticiliği ve Deneticiliği Ana Bilim Dalı, Ankara.
2. Allix, N.M. (2000). Transformational Leadership: Democratic or Despotic?. *Educational Management and Administration*. 28(1), 7-20.
3. Altun, S.A. (2003). İlköğretim Okulu Müdürlerinin Dönüşümcü Liderliğe Verdikleri Önem ve Uygulama Düzeyleri. *İlköğretim Online E-Dergi*. 2(1), 10-17.
4. Anthony, L.V.L. (1994). The Relationship Between Transformational and Transactional Leadership and Organizational Culture, Employee Performance, and Employee Attrition. Ph.D Thesis, University of Miami
5. Armstrong, S., and Armstrong, S. (1996). The Conductor as Transformational Leader. *Music Educators Journal*. 82, 22-25.
6. Avolio, B.J. (1999). Full Leadership Development: Building the Vital Forces in Organizations. Thousand Oaks: SAGE Publications
7. Avolio, B.J. and Bass, B. (2004). Multifactor Leadership Questionnaire. Manual and Sampler Set. Third Edition, Mind Garden, Inc.
8. Avolio, B.J., and Yammarino, F.J. (2002). Reflections, Closing Thoughts, and Future Directions. In B.J. Avolio & F. J. Yammarino (Eds.), *Transformational and Charismatic Leadership: The Road Ahead*, p. 385-406.
9. Bass, B.M., Avolio, B.J., Jung, D.I. and Berson, Y. (2003). Predicting Unit Performance by Assessing Transformational and Transactional Leadership. *Journal of Applied Psychology*. 88(2), 207-218.
10. Bass, B.M., and Avolio, B.J. (1994). Transformational Leadership and Organizational Culture. *International Journal of Public Administration*. 17(3-4), 541-554.
11. Bass, B.M., and Steidlmeier P. (1999). Ethics, Character and Authentic Transformational Leadership Behavior. *Leadership Quarterly*. 10(2), 181-217.
12. Bayrak, N. (2001). İlköğretim Okul Yöneticilerinin Liderlik Özellikleri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

13. Boehnke, K., Bontis, N., Distefano, J.J., and Distefano A.C. (2003). Transformational Leadership: An Examination of Cross-National Differences and Similarities. *The Leadership & Organization Development Journal*, 24(1), 5-15.
14. Celep, C. (2004). *Dönüşümsel Liderlik*. Ankara: Anı Yayıncılık.
15. Cemaloğlu, N. (2007-a). Okul Yöneticilerinin Liderlik Stillерinin Örgüt Sağlığı Üzerindeki Etkisi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 11(2), 165-194.
16. Cemaloğlu, N. (2007-b). Okul Yöneticilerinin Liderlik Stilleri İle Yıldırma Arasındaki İlişki. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 33, 77-87.
17. Cemaloğlu, N. (2007-c). Okul Yöneticilerinin Liderlik Stillерinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*. 5(1), 73-112.
18. Çilenti, M. (1984). *Eğitim Teknolojisi ve Öğretim*. Ankara: Kadioğlu Matbaası.
19. Den Hartog, D.N., Van Muijen, J.J., and Koopman, P.L. (1997). Transactional Versus Transformational Leadership: An Analysis of the MLQ. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*. 70, 19-34.
20. Fisher, S. (2005). Is there a Need to Debate the Role of Higher Education and The Public Good?. *Dublin Institute of Technology*. 3(3), 1-29.
21. Floyd, J.E. (1999). An Investigation of the Leadership Style of Principals and Its Relation to Teachers' Perceptions of School Mission and Student Achievement. Ph.D Thesis, North Carolina State University.
22. Hall, C.A. (1999). The Relationship Between Leader Behaviors and Characteristic and School Culture. Ph.D Thesis, Florida University.
23. Ingram, P.D.(1997). Leadership Behaviors of Principals in Inclusive Educational Settings. *Journal of Educational Administration*. 35(5), 411-427.
24. Kariş, E. (1998). Dönüşümcü Liderlik. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*. 16, 443-465.
25. Kreitner, R., and Kniciki, A. (1995). *Organizational Behavior*. (3rd. Ed). Chicago: Richard D. Irwins. Inc.
26. Korkmaz, M. (2005). Duyguların ve Liderlik Stillерinin Öğretmenlerin Performansı Üzerinde Etkisi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*. 11(43), 401-422.
27. Korkmaz, M. (2006). Okul Yöneticilerinin Kişilik Özellikleri İle Liderlik Stilleri Arasındaki İlişki. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*. 12(46), 199-226.
28. Korkmaz, M. (2007). Örgütsel Sağlık Üzerinde Liderlik Stillерinin Etkisi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*. 13(49), 57-91.
29. Korkmaz, M. (2008). Okul Müdürlerinin Liderlik Stilleri ile Öğrenen Örgüt Özellikleri Arasındaki İlişki Üzerine Nicel Bir Araştırma. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*. 14(53), 78-98.
30. Lesney, J.J. (1996). Perceptions of Transformational Leadership Behaviors in Selected Successful Elementary Principals. Ph.D Thesis, Pittsburgh University.
31. McIntyre, R.O. (2003). The Role of Transformational and Transactional Leadership for High School Principals. Ph.D Thesis, Massachusetts Lowell University.
32. Mestinek, R.M. (2000). A Comparative Study of Leadership Characteristics of Principals in Charter Schools and Traditional Schools. Ph.D Thesis, San Diego University.
33. Mtegha, D.M. (2004). An Exploration of Faculty and Academic Leaders' Perceptions of Leadership Styles in Malawian Higher Education Institutions. Ph.D Thesis, Illinois State University.
34. Sashkin, M., and Rosenbach, W.E. (1993). A New Leadership Paradigm. In: Rosenbach, W.E., Taylor, R.L. (Eds.), *Contemporary Issues in Leadership*, Third Ed. Colorado: Westview Pres.
35. Shivers, S.L. (1999). A Role Theory Approach to Understanding Transformational and Transactional Leadership Behaviors: The Role of Interpretations of Organizational Context. Ph.D Thesis, Florida A&M University.
36. Sivanathan, N., and Fekken, G. (2002). Emotional Intelligence, Moral Reasoning and Transformational Leadership. *Leadership & Organization Development Journal*. 23(4), 198-204.
37. Şahin, S. (2004). Okul Müdürlerinin Dönüşümcü ve Sürdürümcü Liderlik Stilleri ile Okul Kültürü Arasındaki İlişkiler. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi*. 4(2).
38. Şahin, S. (2006). İlköğretim Okulu Müdürlerinin Dönüşümcü ve Sürdürümcü Liderlik Stilleri (İzmir İli Örneği). *Eğitim Araştırmaları Dergisi*. 23, 188-199.

## TAEKWONDO VE MUAY THAI BRANŞLARINDAKİ SPORCULARDA SAKATLIKLARIN ARAŞTIRILMASI

Metin KAYA \*  
Fatma ARSLAN \*  
Latif AYDOS \*  
Mehmet KUMARTAŞLI \*

### ÖZET

*Bu araştırma, Taekwondo ve Muay Thai branşlarında yarışan 63 bayan, 60 erkek elit sporcuda görülen sakatlıkların incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırmada Sporcu Sağlık Anketi kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarının frekans ve yüzdeleri tespit edilmiş ve ortalama değerlerinin T testi ile karşılaştırması yapılmıştır ( $P < 0,05$ ).*

*Tüm Sporcuların üst üye sakatlanma oranı % 56,1, etkilediği süre % 52,1 iken, alt üye sakatlanma oranı % 61,8 etkilediği süre ise % 61,9 olarak bulunmuştur. Cinsiyet ve branşa göre alt ve üst ekstremitelere sakatlanmaları T testi ile karşılaştırıldığında, Taekwondo branşında yarışan sporcuların ortalamalar arası fark  $2,21 \pm 0,86$ ; Muay Thai branşında ise  $1,84 \pm 1,15$ 'dir ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $P < 0,05$ ).*

*Sonuç olarak, Taekwondo ve Muay Thai branşlarında yarışan bayan ve erkek sporcuların daha çok alt üyelerinden sakatlandığı ve sakatlığın etkilediği süresinin üst ekstremitelere oranla daha uzun olduğu görülmüştür. Olası sakatlıkları önlemek için donanım ve antrenman metotlarının geliştirilmesi önerilmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** Taekwondo, Muay Thai, Sakatlık.

---

Geliş tarihi: 16.01.2009; Yayına kabul tarihi: 29.03.2009

\* Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu

## RESEARCH OF ATHLETE'S INJURIES IN THE BRANCHES OF TAEKWONDO AND MUAY THAI

### ABSTRACT

*This research has been made to examine the injuries of athlete who compete at elite level in branches of upper level 60 of them were in branch of Taekwan do and 63 of them were in branch of Muay Thai. In the research, Athlete Health Questionnaire has been used. The frequency and the percentage of research results has been determined and the average value of two branch has been compared with T test ( $p < 0,05$ ).*

*All athlete's has been found that while upper extremite injuries are %56,1 and the time that is affected by the injuries is %52,1, lower extremite injuries are %61,8 and the time of injuries effect is %61,9. When lower and upper extremite injuries are compared with T test according to sex and branch, it has been found meaningful that the difference between average of athlete's competing in the branch of Taekwan do is at the level of  $2,21 \pm 0,08$  and of Muay Thai athlete's is at the level of  $1,84 \pm 1,15$  and it has been found meaningful as statistical ( $P < 0,05$ ).*

*As a result, it has been determined that in the branches of Taekwondo and Muay Thai, both male and female athlete's have more injuries at lower extremite and effect of injuries at the time is longer from upper extremite.*

*It has been suggested that to prevent probable injuries, abilities aimed at training methods and equipment should be developed.*

**Key Words:** Taekwondo, Muay Thai, Injury

### GİRİŞ

Spor faaliyetlerine ilginin her zamankinden daha fazla olduğu bir dönemde yaşıyoruz. Spor sakatlığı tedavi edilebilen veya kalıcı olan tüm bozuklukları içeren bir durum olup, sportif aktiviteler sırasında meydana gelen tüm bozuklukları içeren her türlü hasarın kolektif ismidir (Yünceviz ve ark. 1997).

Uzakdoğu sporları savunma, mental disiplin ve fiziksel kondisyon kazanma gibi amaçlarla yapılmaktadır (Merrilee ve ark. 2000, Cox 1993, Savaş ve ark. 2004). Taekwondo Kore'ye ait bir dövüş sanatıdır. Tae; ayaklarla tekme atmak, kırmak, vurmak, kwon; yumruk veya elle vurmak, do ise metot-disiplin anlamına gelmektedir. Savunma için silahsız dövüşme tekniklerini içerir (Savaş ve ark. 2004). Sporculara sadece koruyucu ile kaplı göğüs bölgesine yumruk atmasına izin verilir. Amatör boksta giyilen kaska benzer bir kaskla kaplı başa ve gövdeye tekme ile vurmak serbesttir (Kazemi ve Pieter 2004). Taekwondo'da en çok tekme tekniklerinin yüksek sakatlanma potansiyeline sahip olduğu vurgulanmaktadır. Sakatlıkların %60'ının Taekwondo turnuvalarında baş, boyun ve alt üyelerde gözlemlendiği rapor edilmektedir (Feehan ve Waller, 1995).

Muay Thai Tayland'ın yumruk, tekme, diz ve dirsek kullanımına izin veren dövüş sanatıdır. Fiziksel, zihinsel gelişimi sağlayan, disiplini ve saygıyı önemle vurgulayan bir spor branşıdır (Gartland ve ark. 2001, Boykin 2002). Muay Thai'de yumuşak doku travması, hematoma, kas



yırtılması, burkulma ve ayak bileği incinmesi yaygın görülen sakatlıklardır. Daha az deneyime sahip olanlar daha yüksek sakatlanma riskine sahiptirler. Sakatlıkların yaklaşık yarısı baş, boyun, yüz bölgesinde diğer yarısı ise alt üyelerde görülmektedir (Birrer, 1996).

Bu çalışmanın amacı, Taekwondo branşında tekme, Muay Thai branşında ise tekme, diz ve dirsek tekniklerinin sıklıkla kullanılması sebebiyle bu branşlarda elit düzeyde yarışan sporcularda görülen sakatlıkların ve sakatlanma oranlarının incelenmesidir.

### **MATERYAL VE METOT**

Araştırmanın amacı; Türkiye'de Taekwondo ve Muay Thai branşlarında elit düzeyde yarışan sporcularda görülen sakatlıkların incelenmesidir. Araştırmanın evrenini Türkiye şampiyonalarna katılan Taekwondo ve Muay Thai sporcuları, örneklem grubunu ise 2007–2008 sezonunda Türkiye Şampiyonasına katılan 60 Taekwondo, 63 Muay Thai olmak üzere toplam 123 sporcu oluşturmuştur. Bu çalışmada, sporcularının sakatlanma düzeylerinin belirlenmesi için Maccougall ve ark.(1991) tarafından geliştirilen (Athlete Health Questionnaire) Sporcu Sağlık Anketi kullanılmıştır. Sporcularla birebir görüşülerek alt ve üst ekstremitelerinde meydana gelen sakatlıklar ve etkilediği süre hakkında bilgi elde edilmiştir.

Verilerin analizi SPSS paket programında kişisel bilgi değişkenleri (yaş, cinsiyet, spor yaşı, branş, vücut ağırlığı) frekans ve yüzde dağılımları bulunarak tanımlayıcı istatistikler yapılmıştır. Branşlar, bağımsız gruplarda aritmetik ortalamalar arası farka ait T testi ile karşılaştırılmıştır ( $p<0.05$ ).

### **BULGULAR**

Araştırma sonuçlarına ait bulgular aşağıdaki tablolarda özetlenerek verilmiştir.

**Tablo 1: Araştırmaya Katılan Sporculara İlişkin Tanımlayıcı İstatistik**

Cinsiyet	Değişkenler	Ortalama	Std. Sapma	Minimal	Maksimal
<b>Bayan (n = 63)</b>	Yaş (yıl)	17,65	2,82	14,00	29,00
	Boy (cm)	168,73	12,81	154,00	252,00
	Vücut ağırlığı (kg)	56,09	8,37	42,00	72,00
	Spor yaşı (yıl)	7,68	3,67	2,00	20,00
<b>Erkek (n =60)</b>	Yaş (yıl)	19,56	4,69	15,00	34,00
	Boy (cm)	174,85	8,50	140,00	195,00
	Vücut ağırlığı (kg)	64,25	11,72	45,00	91,00
	Spor yaşı (yıl)	9,06	4,09	3,00	18,00

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, araştırmaya katılan sporcu bayanların yaş ortalamaları  $17,65 \pm 2,82$  yıl, boy uzunlukları  $168,73 \pm 12,81$  cm, vücut ağırlığı  $56,09 \pm 8,37$  kg ve spor yaşı  $7,68 \pm 3,67$  yıl olarak, erkek sporcuların ise yaş ortalamaları  $19,56 \pm 4,69$  yıl, boy uzunlukları  $174,85 \pm 8,50$  cm, vücut ağırlığı  $64,25 \pm 11,72$  kg ve spor yaşı  $9,06 \pm 4,09$  yıl olarak tespit edilmiştir.

**Tablo 2: Araştırmaya Katılan Sporcuların Cinsiyet, Branş ve Yarışma Şekline İlişkin Frekans Dağılımı**

Cinsiyet	Yarışma şekli				Branş			
	Ferdî		Kulüp		Taekwon do		Muay Thai	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bayan	13	20,6	50	79,4	32	50,8	31	49,2
Erkek	21	35,0	39	65,0	28	46,7	32	53,3
<b>Toplam</b>	<b>34</b>	<b>27,6</b>	<b>89</b>	<b>72,4</b>	<b>60</b>	<b>48,8</b>	<b>63</b>	<b>51,2</b>

Yukarıdaki tabloda sporcuların cinsiyet, branş ve yarışma şekline ilişkin dağılımların birbirine yakın olduğu görülmüştür.

**Tablo 3: Araştırmaya Katılan Sporcuların Alt Ekstremitelerindeki Sakatlıklarının Dağılımı**

Özellikler	Sakatlık Çeşitleri	f	%
Alt ekstremitelerde görülen sakatlıklar	Kalça	4	3,3
	Ayak bileği eklemleri	24	19,5
	Diz	23	18,7
	Ayak	25	20,3
	<b>Toplam</b>		76
Sakatlık süresi	Bir hafta	37	30,1
	İki hafta	14	11,4
	Üç hafta	4	3,3
	Daha çok	21	17,1
	<b>Toplam</b>		76

Tabloda da görüldüğü gibi alt ekstremitelerde en çok sakatlanma sıklığı ayak, ayak bileği eklemleri ve diz bölgesinde olduğu görülmüştür.

**Tablo 4: Araştırmaya Katılan Sporcuların Üst Ekstremitelerindeki Sakatlıklarının Dağılımı**

Değişkenler	Sakatlık Çeşitleri	f	%
Üst ekstremitelerde görülen sakatlıklar	Omuz	8	6,5
	Ön kol	8	6,5
	El bileği	22	17,9
	Kol	2	1,6
	Dirsek	8	6,5
	El	21	17,1
	<b>Toplam</b>	<b>69</b>	<b>56,1</b>
Sakatlığın süresi	Bir hafta	27	22,0
	İki hafta	14	11,4
	Üç hafta	5	4,1
	Daha çok	18	14,6
	<b>Toplam</b>	<b>64</b>	<b>52,1</b>

Tabloda da görüldüğü gibi üst ekstremitelerde sakatlanma sıklığının el ve el bileği ekleminde yoğunlaşırken, sakatlanma süresinin de 1-2 hafta olduğu gözlemlenmiştir.

**Tablo 5: Araştırmaya Katılan Sporcuların Cinsiyet ve Branşa Göre Alt ve Üst Ekstremitelerde Görülen Sakatlıkların Karşılaştırılması (Alt ekstremiteler: 1 Ayak bileği, 2 Diz, 3 Ayak, Üst ekstremiteler: 1 Ön kol, 2 El bileği, 3 Kol, 4 Dirsek, 5 El)**

Sakatlıklar	Cinsiyet								Branş								
	Bayan				Erkek				Taekwon do				Muay Thai				
	n	x	ss	n	x	ss	t	P	n	x	ss	n	x	ss	t	P	
Alt Ekstremiteler	1	41	3,00	,86	35	2,80	,99	,937	,032*	53	4,71	1,41	39	3,07	,95	-1,65	,548
	2	42	2,21	1,40	34	2,00	1,12	,720	,002*	37	2,40	1,36	39	1,84	1,15	1,93	,015*
	3	63	1,95	,21	59	1,98	,34	-,591	,850	59	1,94	,22	63	1,98	,33	-,674	,954
Üst Ekstremiteler	1	63	1,93	,24	58	1,91	,28	,472	,346	58	1,93	,25	63	1,92	,27	,216	,666
	2	19	2,57	,96	14	2,92	1,26	-,902	,563	16	2,87	1,20	17	2,58	1,00	,745	,827
	3	36	2,30	1,28	28	2,10	1,25	,619	,594	32	2,43	1,31	32	2,00	1,19	1,39	,070
	4	8	4,50	,92	6	4,50	,83	,000	,732	7	4,71	,75	7	4,28	,95	,933	,207
	5	57	4,36	1,56	53	4,35	1,66	,032	,382	53	4,71	1,41	57	4,03	1,71	2,26	,001*

\* (P<0,05).

Tablo 6 incelendiğinde; alt ekstremitelerde görülen sakatlıkların bayan sporcularda daha yüksek olduğu, Taekwondo sporcularının, Muay Thai sporcularına göre de alt ekstremitelerde daha fazla sakatlık yaşadığı tespit edilmiştir.

## **TARTIŞMA VE SONUÇ**

Taekwondo ve Muay Thai branşlarında (Tablo 5), elit düzeyde yarışan sporcularda görülen sakatlanmaların dağılımı ve karşılaştırılması amacı ile yapılan çalışmada, alt üyelerinde görülen sakatlıklarda, bayan sporcuların ortalama değerlerinin, erkek sporcuların ortalama değerlerinden daha fazla olduğu tespit edilmiştir ( $P<0,05$ ). Ayrıca, Taekwondo branşındaki sporcuların alt üyelerinde daha fazla sakatlık yaşadığı ve sakatlık süresinin daha uzun sürdüğü istatistiksel olarak anlamlı görülmüştür ( $P<0,01$ ).

Muay Thai sporcularının alt üyelerindeki sakatlıkların Taekwondo'culardan daha az görülmesinin nedeni; Muay Thai branşında tekme, diz, dirsek ve yumruk kullanılması, sadece tekmeye bağımlı kalınmamasından, Taekwondo'cuların sakatlanma oranlarının fazla olma nedeninin ise, yumruktan çok tekme kullanmalarından kaynaklanabileceği düşünülmektedir. James (2003) ve Kazemi (2004); Taekwondo sporcularının üzerinde yapmış oldukları çalışmalarında bayanların alt üyelerinin darbelerden daha sık etkilendiğini, erkeklerin baş ve boyun sakatlanmalarının yanı sıra daha yüksek oranda alt üyelerinin etkilendiğini bildirmişlerdir. Zemper (1989) ve Gartland (2001), Muay Thai branşında yarışan sporcuların Taekwondo ve Karate branşında yarışan sporcular gibi sıklıkla alt üyelerinden sakatlandıklarını tespit etmişlerdir. Pieter ve ark.(1995), araştırmalarında bayan Taekwondo'cuların daha çok ayak ve ayak bileği eklemlerinde sakatlandığını tespit etmişlerdir.

Araştırma sonuçlarına göre (Tablo 3), alt ekstremitelerde en çok sakatlanma sıklığı ayak, ayak bileği eklemi ve diz bölgesinde olduğu görülmüştür. Literatür sonuçları ile çalışmamızın sonuçları paralellik göstermektedir.

Sakatlanma, bayan ve erkek sporcular için tekmeyle maruz kalma ile tekme atarken rakiple tam temas halinde çarpışmayı kapsayan bir olgudur. Erkek sporcular bayan sporculara göre (Beis ve ark. 2001) oldukça saldırgan olmalarından dolayı tekmeyle maruz kalmaya daha fazla eğilim göstermektedirler.

Üst üyelerdeki sakatlanmaların büyük bir çoğunluğu (Tablo 4), el ve el bileği ekleminde gözlenirken, en fazla sakatlığın etkilendiği sürenin ise bir hafta olduğu görülmüştür. Sporcu hücumda veya kontra ataktayken özellikle döner tekme attığı zaman, savunmadaki sporcu adım alarak rakibinin tekmesini boşa çıkartmaya çalışır ve blok yapar. Blok yaparken sporcunun tekmeyle maruz kalması el, el bileği ve dirseğinin sakatlanmasına neden olur (Pieter 2000).

Sonuç olarak, Taekwondo ve Muay Thai branşlarında yarışan bayan ve erkek sporcuların daha çok alt üyelerinde çeşitli sakatlanmaların olduğu ve iyileşme süresinin üst ekstremitelere oranla uzadığı tespit edilmiştir. Sakatlıkların, sporcuların yarışma deneyimi ve beceri seviyesi ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Sporcuların olası sakatlanmayı önlemek için kullandıkları

donanımların ve antrenman metotlarının geliştirilmesi önerilmektedir. Taekwondo ve Muay Thai müsabakalarına katılan sporcuların en fazla sakatlanma görülen bölgelerine göre koruyucu ekipmanların yeniden uyarlanması olası sakatlıkları engelleme konusunda yardımcı olacaktır; Ayrıca antrenör, hakem ve sporcuların sakatlıklar ve nasıl engellenebileceğine yönelik eğitilmesinin gerekliliği düşünülmektedir.

#### **KAYNAKLAR**

1. Beis K., Tsaklis P., Pieter W. and Abatzides G. (2001). Taekwondo Competition Injuries In Greek Young and Adult Athletes. *Eur. J.Of Sports Traumatol. and Rel. Res.*, 23, 130-136.
2. Birrer RB. (1996). Trauma Epidemiology In The Martial Arts. The Results of an Eighteen-Year International Survey. *Am. J. Sports Med.*, 24(6), 72-79.
3. Boykin C. (2002). Muay Thai Kickboxing - The Ultimate Guide to Conditioning, Training and Fighting, Paladin Press, 320-327.
4. Cox J.C. (1993). Traditional Asian Martial Arts Training, National Association for Physical Education in Higher Education, 45(3), 366-388.
5. Feehan M. and Waller A.E. (1995). Precompetition Injury and Subsequent Tournament Performance in Full-Contact Taekwondo, *Br. J. Sports Med.*, 29(4), 258-262.
6. Gartland S., Malik M. H. A. and Lovell M.E. (2001). Injury and İnjury Rates in Muay Thai Kick Boxing, *Br. J. Sports Med.*, 35, 308-313.
7. James G, Pieter W. (2003). Injury Rates in Adult Elite Judoka. *Biol Sport*, 20(1), 25-32.
8. Kazemi M. and Pieter W. (2004). Injuries at a Canadian National Taekwondo Championships: a Prospective Study, *BMC Musculoskeletal Disorders*, 5, 22.
9. Macdougall J.D., Wenger H.A., Green H.J. (1991). Physiological Testing of The High-Performance Athlete, Human Kinetics Books, Illinois, 381.
10. Merrilee N., Zetaruk M. A., Violan D. Z., Lyle J.M. (2000). Karate İnjuries in Children and Adolescents, *Accident Analysis and Prevention*, 32, 421-425.
11. Pieter W, Zemper ED. (1995). Foot İnjuries in Taekwondo. In *Proceedings of the 38th World Congress Proceedings*, Gainesville: 1; The University of Florida College of Health and Human Performance, 165-166.
12. Pieter W. (2000). İnjuries and Mechanisms of Injury in Karate Competition. In *Proceedings of 1st World Congress on Combat Sports and Martial Arts*, Université de Picardie Jules Verne, Faculté de Sciences du Sport, Amiens, France, March 31-April 2.
13. Savaş S., Uğraş A. (2004). Sekiz Haftalık Sezon Öncesi Antrenman Programının Üniversiteli Erkek Boks, Taekwondo ve Karate Sporcularının Fiziksel ve Fizyolojik Özellikleri Üzerine Olan Etkileri, *G.Ü., Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 24 (3), 257-274.
14. Yünceviz R. Karsan O. Dane Ş. ve Can S. (1997). Serbest ve Greko-Romen Güreşçilerinde Spor Sakatlıklarının Vücut Bölgelerine Göre Dağılımı, *Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 13-17.
15. Zemper E.D. Pieter W. (1989). Injury Rates During The 1988 US Olympic Trials for Taekwondo. *Br. J. Sports Med.* 23,161-164.