



ISSN 1300-2805

GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SPOR BİLİMLERİ FAKÜLTESİ

Cilt: 25

Sayı: 2

Nisan 2020

*Gazi*

BEDEN EĞİTİMİ  
ve  
SPOR BİLİMLERİ  
DERGİSİ

GAZİ JOURNAL OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS SCIENCES

Volume: 25

Issue: 2

April 2020

# GAZİ BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR BİLİMLERİ DERGİSİ

GAZI JOURNAL OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS SCIENCES

2020, Cilt 25, Sayı 2 / 2020, Volume 25, Issue 2

ISSN 1300-2805

Yayının Türü/Type of Publication: **Yaygın**

## Sahibi / Owner

Dr. İbrahim USLAN  
Gazi Üniversitesi Rektörü

## Genel Yayın Yönetmeni / Editor-in Chief

Dr. Mehmet GÜNAY  
Spor Bilimleri Fakültesi Dekanı

## Editör / Editor

Dr. İbrahim YILDIRAN

## Sorumlu Yazı İşleri Müdürü / Publishing Editor

Dr. Fatih YENEL

## Yardımcı Editör / Assistant Editor

Mustafa ALTUNSOY

## Yayın Kurulu / Editorial Board

Dr. Azmi YETİM, Gazi Üniversitesi  
Dr. Canan KOCA ARITAN, Hacettepe Üniversitesi  
Dr. Christian WACKER, University of Freiburg/Germany  
Dr. Dana BADAU, University of Tirgu Mures/Romania  
Dr. Erich MÜLLER, University of Salzburg/Austria  
Dr. Erdal ZORBA, Gazi Üniversitesi  
Dr. Fatih BEKTAŞ, Trabzon Üniversitesi  
Dr. Gıyasettin DEMİRHAN, Hacettepe Üniversitesi  
Dr. Gül T. SÖNMEZ, Lehman College New York/USA  
Dr. Gülfem ERSÖZ, Ankara Üniversitesi  
Dr. H. Ahmet PEKEL, Gazi Üniversitesi  
Dr. Hülya AŞÇI, Marmara Üniversitesi  
Dr. İbrahim YILDIRAN, Gazi Üniversitesi  
Dr. Kanat JANUZAKOV, Manas Üniversitesi, Kırgızistan

Dr. Kemal TAMER, İstanbul Aydın Üniversitesi  
Dr. Konstantinos GEORGIADIS, Uni.of Peloponnese/Greece  
Dr. Latif AYDOS, Gazi Üniversitesi  
Dr. Manfred LAEMMER, German Sport Uni.Cologne/Germany  
Dr. Mehmet GÜNAY, Gazi Üniversitesi  
Dr. Mitat KOZ, Ankara Üniversitesi  
Dr. Mustafa Levent İNCE, Orta Doğu Teknik Üniversitesi  
Dr. Ömer ŞENEL, Gazi Üniversitesi  
Dr. Renato MANNÒ, University of L'Aquila/Italy  
Dr. Robert C. SCHNEIDER, The College at Brockport/USA  
Dr. Settar KOÇAK, Orta Doğu Teknik Üniversitesi  
Dr. Suat KARAKÜÇÜK, Gazi Üniversitesi  
Dr. Turgay BİÇER, Marmara Üniversitesi  
Dr. Ulviye BİLGİN, Gazi Üniversitesi

## İngilizce Dil Editörü / English Language Editor

Dr. Beyza Merve AKGÜL, Dr. Pınar Yaprak KEMALOĞLU

## Dağıtım Koordinatörlüğü / Distribution Coordinator

Dr. Pınar KARACAN DOĞAN  
Özgün PARASIZ, Ali ERASLAN, Şenol GÖRAL

## Teknik Koordinatörlük / Technical Coordinator

Dr. Esin ESRA ERTURAN ÖĞÜT - Dr. Ebru ÇETİN  
Dr. Okan Burçak ÇELİK, Merve KARAMAN, Dr. Tebessüm AYYILDIZ

## İletişim Koordinatörlüğü / Communication Coordinator

Dr. Gülfem SEZEN BALÇIKANLI  
Dr. Sümer ALVURDU, Dr. Serkan KURTİPEK, Dr. Emre Ozan TINGAZ

## Yazışma Adresi / Corresponding Address

Gazi Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, Abant-1 Caddesi No:10, Emniyet Mahallesi/ANKARA  
E-mail: gbesbd@gmail.com

Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi yılda dört kez yayımlanır ve hakemli bir dergidir.  
Gazi Journal of Physical Education and Sports Sciences is published quarterly.  
All the articles appeared in this journal are published on the opinion of advertiser.

<http://dergipark.gov.tr/gbesbd>

# GAZİ BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR BİLİMLERİ DERGİSİ

GAZI JOURNAL OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS SCIENCES

2020, Cilt 25, Sayı 2 / 2020, Volume 25, Issue 2

ISSN 1300-2805

## Danışma Kurulu / Editorial Advisory Board

- Dr. A. Seda SARACALOĞLU, Adnan Menderes Üniversitesi  
Dr. Ali Ahmet DOĞAN, Kırıkkale Üniversitesi  
Dr. Ali Emre EROL, Gelişim Üniversitesi  
Dr. Ali KIZILLET, Marmara Üniversitesi  
Dr. Arslan KALKAVAN, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi  
Dr. Atilla ERDEMLİ, İstanbul Üniversitesi  
Dr. Atilla PULUR, Gazi Üniversitesi  
Dr. Ayşe KİN İŞLER, Hacettepe Üniversitesi  
Dr. Beyza Merve AKGÜL, Gazi Üniversitesi  
Dr. Bülent GÜRBÜZ, Kırıkkale Üniversitesi  
Dr. Can İKİZLER, İstanbul Esenyurt Üniversitesi  
Dr. Caner AÇIKADA, Yakın Doğu Üniversitesi  
Dr. Cengiz ARSLAN, Fırat Üniversitesi  
Dr. Dilara SEVİMEY ÖZER, Gedik Üniversitesi  
Dr. Dilşad MİRZEOĞLU, Sakarya Üniversitesi  
Dr. Ebru ÇETİN, Gazi Üniversitesi  
Dr. Ekrem Levent İLHAN, Gazi Üniversitesi  
Dr. Emin KURU, Gazi Üniversitesi  
Dr. Emine ÇAĞLAR, Hacettepe Üniversitesi  
Dr. Erkut KONTER, Dokuz Eylül Üniversitesi  
Dr. Esin Esra ERTURAN ÖĞÜT, Gazi Üniversitesi  
Dr. F. Filiz ÇOLAKOĞLU, Gazi Üniversitesi  
Dr. Fatih KILINÇ, Süleyman Demirel Üniversitesi  
Dr. Fahmi TUNCEL, Ankara Üniversitesi  
Dr. Ferda GÜRSEL, Ankara Üniversitesi  
Dr. Füsün ÖZTÜRK KUTER, Uludağ Üniversitesi  
Dr. Gazanfer DOĞU, İzzet Baysal Üniversitesi  
Dr. Gökhan ÇALIŞKAN, Gazi Üniversitesi  
Dr. Gül BALTAÇI, Hacettepe Üniversitesi  
Dr. Gülfem SEZEN BALÇIKANLI, Gazi Üniversitesi  
Dr. Gülgün ERSOY, Hacettepe Üniversitesi  
Dr. Güner EKENCİ, İstanbul Gelişim Üniversitesi  
Dr. Gürbüz BÜYÜKYAZI (1954-2018), Dokuz Eylül Üniversitesi  
Dr. Hakan SUNAY, Ankara Üniversitesi  
Dr. Haluk KOÇ, Gazi Üniversitesi  
Dr. Hasan KASAP, Gedik Üniversitesi  
Dr. Hatice ÇAMLIYER, Celal Bayar Üniversitesi  
Dr. Haydar DEMİREL, Hacettepe Üniversitesi  
Dr. Hayri ERTAN, Anadolu Üniversitesi  
Dr. İ. Fatih YENEL, Gazi Üniversitesi  
Dr. İbrahim CİCİOĞLU, Gazi Üniversitesi  
Dr. İmdat YARIM, Gazi Üniversitesi  
Dr. Kamil ÖZER, Gedik Üniversitesi  
Dr. Kürşat KARACABEY, Düzce Üniversitesi  
Dr. Mehmet GÜÇLÜ, Gazi Üniversitesi  
Dr. Metin KAYA, Gazi Üniversitesi  
Dr. Metin SAYIN, Celal Bayar Üniversitesi  
Dr. Metin YAMAN, Gazi Üniversitesi  
Dr. Muhsin HAZAR, Gazi Üniversitesi  
Dr. Murat Sadullah ÇEBİ, Gazi Üniversitesi  
Dr. Mustafa Yaşar ŞAHİN, Gazi Üniversitesi  
Dr. Müslim BAKIR, Okan Üniversitesi  
Dr. Necla GÜNAY, Gazi Üniversitesi  
Dr. Nefise BULGU, Hacettepe Üniversitesi  
Dr. Nevin ATALAY GÜZEL, Gazi Üniversitesi  
Dr. Nevin GÜNDÜZ, Ankara Üniversitesi  
Dr. Nevin ŞANLIER, Gazi Üniversitesi  
Dr. Nevzat MİRZEOĞLU, Sakarya Üniversitesi  
Dr. Niyazi ENİSELER, Celal Bayar Üniversitesi  
Dr. Nurettin KONAR, İnönü Üniversitesi  
Dr. Özbay GÜVEN, Gazi Üniversitesi  
Dr. Özlem ORHAN, Gazi Üniversitesi  
Dr. Perican BAYAR KORUÇ, Ankara Üniversitesi  
Dr. Rana VAROL, Ege Üniversitesi  
Dr. Rasim KALE, Gelişim Üniversitesi  
Dr. Recep GÜRSOY, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
Dr. Reha ALPAR, Hacettepe Üniversitesi  
Dr. Sami MENGÜTAY, Haliç Üniversitesi  
Dr. Sedat MURATLI, Akdeniz Üniversitesi  
Dr. Sema ALAY, Marmara Üniversitesi  
Dr. Seydi Ahmet AĞAOĞLU, 19 Mayıs Üniversitesi  
Dr. Seydi KARAKUŞ, Dumlupınar Üniversitesi  
Dr. Sürhat MÜNİROĞLU, Ankara Üniversitesi  
Dr. Şefik TIRYAKI, Mersin Üniversitesi  
Dr. Tayfun AMMAN, Marmara Üniversitesi  
Dr. Tekin ÇOLAKOĞLU, Gazi Üniversitesi  
Dr. Timur GÜLTEKİN, Ankara Üniversitesi  
Dr. Tuba MELEKOĞLU, Akdeniz Üniversitesi  
Dr. Turgut KAPLAN, Selçuk Üniversitesi  
Dr. Ümit KESİM, Bilgi Üniversitesi  
Dr. Velittin BALCI, Ankara Üniversitesi  
Dr. Yalçın TAŞMEKTEPLİĞİL (1959-2019), 19 Mayıs Üniv.  
Dr. Zafer ÇİMEN, Gazi Üniversitesi  
Dr. Zekai PEHLEVAN, Mersin Üniversitesi

## Bu Sayının Hakemleri / Editorial Advisory Board for this Issue

- Dr. Metin ARGAN, Eskişehir Teknik Üniversitesi  
Dr. Sabri KAYA, Kırıkkale Üniversitesi  
Dr. H. Ahmet PEKEL, Gazi Üniversitesi  
Dr. Yaprak KALEMOĞLU VAROL, Gazi Üniversitesi  
Dr. Necati CERRAHOĞLU, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi  
Dr. Yasin ARSLAN, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi  
Dr. Tekin ÇOLAKOĞLU, Gazi Üniversitesi  
Dr. Levent İLHAN, Gazi Üniversitesi  
Dr. Nurettin KONAR, Turgut Özal Üniversitesi  
Dr. Fatih BEKTAŞ, Trabzon Üniversitesi  
Dr. Dursun KATKAT, Mersin Üniversitesi  
Dr. Tolga ŞİNOFOROĞLU, Dumlupınar Üniversitesi

**Cilt  
Sayı  
Nisan**

**XXV  
2  
2020**

**Volume  
Issue  
April**

## **İÇİNDEKİLER**

## **CONTENTS**

Spor Video Oyunları İçindeki Reklamlarla İlgili Tüketici Değerlendirmelerinin Araştırılması	<b>63 - 76</b> Yavuz YILDIZ Tuncay ÖKTEM Murat PALALI	Investigating the Consumer Evaluations on Advertising Within the Sport Video Gaming
Koşucularda Yarış Seçimini Etkileyen Faktörler	<b>77 - 92</b> Orçun OCAKOĞLU	Factors Influencing Race Selection of Runners
Türkiye Futbol Federasyonu Mali Verilerinin Amatör Futbolun Finansmanı Açısından Analizi	<b>93 - 106</b> Mehmet KOÇDEMİR	Analysis of Financial Data of Turkey Football Federation in terms of Financing of Amateur Football
Flow Yaşantı Ölçeğinin Rekreatif Etkinliklere Uyarlanmasına Dair Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması	<b>107 - 116</b> Ali Selman ÖZDEMİR Tebessüm AYYILDIZ DURHAN Beyza Merve AKGÜL	Validity and Reliability Study of Adapting Flow Life Scale to Recreational Activities
Zihinsel Yetersizliği Olan Çocuklarda, Uyarlanmış Su İçerikli Egzersizlerin Sosyal Beceriler Üzerine Etkisi	<b>117 - 126</b> Yeşim ALBAYRAK KURUOĞLU Dilek UZUNÇAYIR	Impact of Adapted Aquatic Exercises on Social Skills of Children with Intellectual Deficiencies
Fitness ve Wellness Eğitmenliği: Kavramsal Bir Yaklaşım	<b>127 - 139</b> Ali ERASLAN Sümer ALVURDU Türker BİYİKLİ	Fitness and Wellness Coaching: A Conceptual Approach

## EDİTÖRDEN

Sevgili spor bilim dostları,

Tüm insanlığı kendi özel alanlarına çekilmeye mecbur bırakan COVID-19 virüsünün; aklın rehberliği, bilimin verileri ve teknolojinin ürünleriyle üstesinden gelineceğine ve yeniden harekete programlı yaşam biçimine kavuşacağımıza inancımız tamdır.

Bu sayımıza, video oyunları içine yerleştirilen markalara yönelik tüketicilerin hatırlama, algı ve tutumlarının incelendiği bir çalışmayla başlıyoruz. İkinci yazımız, koşucuların yarışma seçimine etki eden faktörleri ve demografik değişkenlerle ilişkisini araştırmaktadır. Takip eden çalışmada, Futbol Federasyonunun son beş döneme ait mali tabloları analiz edilerek, amatör futbolu finansal açıdan yeterli ölçüde destekleyip destekleyemediği irdelenmektedir. Diğer yazımızda, Türkçeye uyarlanmış bir akış deneyimi ölçeğinin, rekreasyonel etkinlikler için geçerlik ve güvenilirliği yapılarak değerlendirilmektedir. Bunu hafif ve orta derecede zihinsel yetersizliği olan çocuklarda uyarlanmış su içi egzersizlerin bazı sosyal beceri parametrelerine etkisini inceleyen çalışma izlemektedir. Son yazımız, fitness ve wellness eğitmenliği kavramsal bir yaklaşımla ele alınmaktadır.

Sıkıcı pandemi günlerinde keyifli anlar yaşamanıza vesile olması dileğiyle...

Sağlıcakla kalın!

İbrahim Yıldırım  
Editör

# Spor Video Oyunları İçindeki Reklamlarla İlgili Tüketici Değerlendirmelerinin Araştırılması

Yavuz YILDIZ<sup>1</sup> , Tuncay ÖKTEM<sup>2</sup> , Murat PALALI<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Manisa Celal Bayar Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi  
<sup>2</sup>Bayburt Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu  
<sup>3</sup>İzmir Özel Çamlaraltı Koleji

## Araştırma Makalesi

### Öz

Günümüzde, gençlerin ve çocukların önemli bir kısmı bilgisayar başında veya oyun salonlarında vakit geçirmektedir. Bu sebeple, sanal oyunlar üzerinden dünya ve çevre algısına sahip olmaktadır. Tüketicilerin zihnini etkileme gücüne sahip olan oyunlar, pazarlamacılar tarafından birer tutundurma aracı ve tanıtım alanı olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışmanın amacı, oynanan oyunlar içine yerleştirilen markaların, tüketiciler tarafından hatırlanma durumunu ve bu ürün ve markalara yönelik algılarının ve tutumlarının incelenmesidir. Kolayda örneklem alma yöntemiyle seçilen İzmir ilindeki dokuz farklı video oyunları salonundan 400 (376 erkek, 24 kadın) oyuncu çalışmaya katılmıştır. Katılımcılara, araştırmacılar tarafından hazırlanan ve demografik bilgiler, oyun oynama alışkanlıkları ile oyun içine yerleştirilen reklamlarla ilgili soruları içeren bir anket uygulanmıştır. Araştırma sonuçları, oyun oynama süresi ile reklamları hatırlama arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Oyun içerisine yerleştirilen reklamların, oyuncular tarafından hatırlanma oranı %85 ve spor ürünü reklamlarının, hatırlanan reklamlar içindeki oranı %35.38'dir. Bu çalışma sonucunda, video oyunları içerisine yerleştirilen spor ile ilgili reklamların tüketiciler tarafından yüksek oranda hatırlandığı bulunmuştur. Spor pazarlamacılarının hedef kitlelerine ulaşmaları amacıyla video oyunlarına yerleştirilen reklamların bir pazarlama aracı olarak kullanılabileceği görülmektedir.

**Anahtar sözcükler:** Video oyunları, Spor, Reklam

---

Geliş Tarihi/Received: 18.6.2019

Kabul Tarihi/Accepted: 4.2.2020

## Investigating the Consumer Evaluations on Advertising Within the Sport Video Gaming

### Abstract

*Nowadays, a significant number of young people and children spend their time at the computer or in the game halls. Therefore, they have the perception of the world and environment by force of over virtual games. These games, have the influence on consumer's minds, are used as a promotional activity, area of display by marketing expert. The purpose of this study is investigated recall of brands and the consumer's attitudes and perceptions towards the brands, which were put into these games. 400 (376 males, 24 females) gamer from nine different video game hall, choosed via convenience sampling method, participated in this study. A survey prepared by researchers and covers the questions about demographics, game playing habits, advertisements. Results of the study show that there is a significant relationship between duration of game and recall the advertisements. The ratio of recall advertisements, which is put into game, is 85% and the ratio of sports advertisements into recalling advertisements is 35.38%. In the results of this study, it was found that the advertisements, which is put into game, is recalled high level by consumers. It is seen that the advertisements, which is put into game, can use as a marketing tool.*

**Keywords:** Video games, Sports, Advertising

### Giriş

Oyun, insanların günlük uğraşlarının dışında kalan, sınırlandırılmış yer ve zaman içerisinde, belirli bir amaca yönelik olarak, kendine özgü kuralları olan ve gönüllü katılım ile gerçekleştirilen, sonucunda ise maddi kazanç elde edilmeyen, kişiye zevk veren etkinlikler olarak tanımlanmaktadır (Hazar, 1997). Oyunların, teknolojinin günümüzdeki kadar gelişmediği zamanlarda, insanların yaşamı için ayrı bir yeri olduğu bilinmektedir. Geçmişten bugüne sürekli değişim gösteren oyunlar, teknolojinin ilerlemesiyle birlikte zaman içinde yerini sanal ve sosyal ortamlar içindeki oyunlara bırakmışlardır. Günümüzde saklambaç, birdirbir, seksek, körebe ve bunun gibi oyunların yerini; bilgisayarda oynanan oyunlar ile xbox ve playstation benzeri çeşitli konsollarla oynanan oyunlar almıştır.

Bilgisayar oyunları ile bilgisayar teknolojisi arasındaki etkileşimle beraber ikiside dikkat çekici bir gelişim göstermiştir. Bilgisayar teknolojisindeki gelişim daha iyi oyunların üretilmesinde yol gösterici olmuştur (DeVaney ve Stahura, 2005).

Bilgisayar oyunları, internet vasıtasıyla oynandığı için farklı ve geniş kitlelere hitap edebilmesi sayesinde popüler bir medya aracı olarak tanımlandığı söylenebilir. Bütün yaş gruplarına hitap eden, insanın streslerini atmasında, boş zamanlarını değerlendirmelerinde ve eğlence amaçlı oynadığı bilgisayar oyunları, sanal ortamlarda birçok insanın etkileşim halinde olması olgusunun ortaya çıkmasını sağlamıştır (İnal ve Kiraz, 2008). Wan ve Chiou'ya (2006) göre, sanal ortamlarda bireylerin kendilerinden ve yaşadıkları hayattan kaçma arzusu, yaşadıkları ortamdan biraz olsun uzaklaşma duygusu, onları bilgisayarların ve sanal oyunların dünyasına yöneltmesine sebep olmaktadır.

Teknolojide yaşanan büyük gelişmeler pek çok alanda etkisini gösterdiği gibi spor alanında da etkisini göstererek yeni gelişmelerin meydana çıkmasına kaynaklık etmiştir. Spor alanında meydana gelen bu gelişmelerden bir tanesi de "Elektronik Spor Oyunları"dır. Günümüzde, gençlerin ve çocukların önemli bir kısmı bilgisayar başında

veya oyun salonlarında vakit geçirmektedir. Bununla beraber uluslararası seviyede özel ve resmi bir çok elektronik spor turnuvası düzenlenmektedir. Bunlar; Dünya Siber Oyunları (World Cyber Game), Avrupa Kupası (European Nations Championship), Uluslararası Lig (International Premiership Series), Elektronik Spor Amatör Ligi (Esl Amateur Series), Elektronik Spor Profesyonel Ligleridir (Esl Pro Series). Uluslararası elektronik spor turnuvalarındaki yarışmalar bir çok kategoride sınıflandırılmaktadır (Argan vd. 2006). Dünyanın farklı yerlerindeki insanların internet aracılığıyla buluşup oyun oynama imkanı sunan online spor oyunları hem fiziksel hem de zihinsel çaba gerektirmektedir (Argan vd. 2007). Bu oyunlarda refleks ve zamanlama önemlidir. FIFA, PES, NBA, Football Manager gibi oyunlar örnek olarak verilebilir. Bazı oyunlarda oyuncular menajerlik yaparak bir spor takımını yönetmeye çalışırken bazı spor oyunlarında ise oyuncu bizzat oyundaki oyuncuyu yönlendirerek sanal olarak spor faaliyeti içine girmektedir (Yeşilyurt, 2014).

İnsanlar ağırlıklı olarak serbest zamanlarının birçoğunu bilgisayar ve konsol oyunlarında geçirmektedirler. Bu sebeple, bu oyunlar, pazarlamacılar tarafından birer tutundurma aracı, reklam ve tanıtım alanı olarak değerlendirilmeye başlamıştır. Oyunların içine yerleştirilen reklamlar, firmaların hedeflenen kitleye (18-34 yaş aralığındaki erkek bireyler gibi) yönelik ürünlerinin tanıtım faaliyetlerinden birisidir. Oyun içi reklamcılıkta genellikle birçok marka ürün yerleştirmesini arka planda yapar. Örneğin araba yarışında çevrede bulunan bir billboard üzerinde ya da futbol oyunlarında, sahada bulunan reklam panolarında markaların isimleri görülebilmektedir. Oyuncular, oyunları oynadıkları esnada yerleştirilmiş reklamları genellikle tesadüfen görürler. Oyun içi reklam/ürün/marka yerleştirmede kullanılan bir diğer tür de “advergame” adı verilen uygulamadır. Advergame; marka ile son kullanıcı arasında iletişim kurmak amacıyla, pazarlama ve oyun kavramlarının bir araya getirilmesiyle yaratılan, markaların reklamlarını, tanıtımlarını yapmalarına imkan sağlayan, internet tabanlı, ücretsiz uygulamalardır. Tipik bir advergame’de, ürünün markası ya da ürünün kendisi oyunun en merkezi parçasını oluşturmaktadır (Mallinckrodt ve Mizerski, 2007). Advergame genellikle oynaması kolay, çocukları ve yetişkinleri kendisine çeken yapıdadırlar. Bu oyunları yaratan markaların web sitelerinde oyunlara ulaşmak mümkün olmaktadır. (Cauberghe ve De Pelsmacker, 2010; Gross, 2010).

Ürün yerleştirme, ilk olarak geleneksel medyada yer almakla beraber, günümüzde 3D oyunları gibi daha yeni medya kanallarında kullanılmaya başlanan bir olgudur (Grigorovici ve Constantin, 2004). Ürün yerleştirme şeklinde isimlendirilen uygulama bazıları için gizli reklam veya sponsorluk bazıları için ise bir illüzyon yöntemi olarak tanımlanabilir (Newell vd. 2006; Bak ve Eşidir, 2018). Ürün yerleştirme ürünlerin, hizmetlerin, markaların medya kuruluşlarına ücret ödemesi karşılığında yapılan bir faaliyettir. Ürün yerleştirme uygulaması tüketicilerde farkındalık yaratan, markaya yönelik olumlu tutum ve davranışlar geliştiren, markanın hatırlanmasına yönelik tüketicileri etkileyen ve doğrudan ticari bir amacı olmayan bir yöntemdir (Odabaşı ve Oyman, 2014). Brennan, Dubas ve Babin (1999)’in ürün yerleştirmeye karşı tutumların belirlenmeye çalıştığı araştırma sonuçlarına göre; ürün yerleştirme uygulamalarının izleyiciler tarafından güvenilir bulunduğu ortaya konduğu söylenebilir (You, 2004;



Altıntaş vd. 2017). Ürün veya marka yerleştirme, romanlarda ve öykülerde, tiyatro oyunlarında, radyo programlarında, spor müsabakalarında, müzik kliplerinde, karikatürlerde, videolarda, dizi ve filmlerde, internet ve video oyunlarında kullanılmaktadır.

“Bilgisayar oyunları” ve “video oyunları” terimleri birbirlerinin yerine kullanılabilen terimlerdir (Durdu vd. 2004). Video oyunlarının içine ürün yerleştirme uygulamasının, kendisini veya markasını tanıtmak isteyen firmalar tarafından sıklıkla kullanıldığı söylenebilir. Video oyunlarına ürün yerleştirme yani oyun içi reklamlarla ilk olarak 1980’li yıllarda karşılaşılmaktadır. Bunun ilk örneği; oyun ve konsol şirketi Sega’nın bir araba yarışı oyununda Marlboro reklamlarını yerleştirmesidir (Glass, 2007; Grigorovici ve Constantin, 2004). Bu tarihten sonra video oyunlarındaki ürün yerleştirmelerinin etkisini ölçmeye yönelik akademik çalışmalar başlamış ve sayıları artmıştır (Glass, 2007).

Uygulama alanı gün geçtikçe büyüyen ürün yerleştirme ya da oyun içi (in-game) reklamlar konusunda da araştırmaların yapıldığı bilinmektedir. 2005 yılı Ekim ayında Nielsen Interactive Entertainment ve Double Fusion tarafından 900 oyuncu üzerinde yapılan araştırma sonucunda, oyun içinde karşılaşılan reklamların, marka bilinirliğini %60 seviyelerinde arttırdığı, oyuncuların %50’sinin oyun içinde yer alan reklamların oyunları daha gerçekçi kılmasından ötürü bu tür reklamlardan memnun olduklarını, %54’ünün ise bu tip reklamların dikkatlerini çektiği sonuçlarına ulaşılmıştır (Sürücü, 2007).

Ürün yerleştirme etkililiğinin ölçülmesinde uygulamacılar tarafından en çok kullanılan ölçütlerden biri, yerleştirilen ürünleri izleyicilerin hatırlama düzeyidir (Karrh, 1998). Ürün yerleştirmenin bellek üzerindeki etkisinin ölçümünde açık test (explicit test) ve örtülü test (implicit test) olmak üzere iki temel testten yararlanıldığı görülmektedir. Uygulama yöntemlerindeki ayrımlar, bu iki test arasındaki temel farklılığı en iyi şekilde açıklamaktadır. Açık testte kişiler en son maruz kaldıkları deneyim üzerinden değerlendirme yapmaktadır. Açık test kendi içerisinde yardımcı ve yardımcı hatırlama şeklinde iki gruba ayrılmaktadır. Yardımsız hatırlama, araştırmanın konusuyla ilgili yapımı izleyen ve araştırmaya denek olarak dahil edilen kişilere, yapım içerisindeki markalarla alakalı herhangi bir ipucu verilmeden açık uçlu olarak sorulan sorular aracılığıyla gerçekleştirilen çalışmalardır (Argan vd. 2007). Yardımlı hatırlamada; yerleştirilen markalarla ilgili kategori yardımı verilerek bu markaları hatırlaması ya da bir liste verilerek hangi markanın filmde geçtiğine karar vermesi istenir (Law & Braun, 2000). Örtülü testler ise katılımcılara hiçbir ipucu vermeden olay ya da markaların hatırlanması temelinden oluşmaktadır. Örtülü testlerin markaların hatırlanma durumunun ölçülmesinde kullanımını yönünde tavsiyede bulunan araştırmacılara göre, tüketicilerin karar vermesinde daha eski tarihlerde meydana gelmiş olayların oluşturduğu örtülü hatırlanmaların da etkisinin olduğu söylenebilir (Argan vd. 2007).

Oyunun, bireye sanal deneyim yaşatması, oyuncunun uzun süre oyunda kalması ve oyunun, oyuncunun zihninde kapladığı alan yapılması düşünülen imaj ve marka çalışmaları için geleneksel medyadan farklı ve önemli bir rol oynamaktadır. Kim ve Ross’a

(2015) göre, spor video oyunları, spor markalarıyla ilgili detayların ve deneyimlerin aktarılmasına güçlü biçimde aracılık eder. Dolayısıyla spor video oyunlarının içine yerleştirilen reklamların tutundurma çabaları açısından önemi büyüktür. Tutundurma çabalarının etkinliğinin bir belirtisi ise reklamların birey tarafından hatırlanmasıdır. Bu çalışmanın amacı, bilgisayarla ve oyun konsolları ile oynanan oyunlara yerleştirilen ürün veya marka reklamlarının, tüketiciler tarafından hatırlanma durumunu, tüketicilerin ürünlere ve markalara yönelik algıları ve tutumlarını değerlendirmektir.

## Yöntem

### Çalışma Grubu

Bu araştırma, video oyunları oynayan bireyler üzerinde yapıldığı için zaman ve maliyet açısından da ekonomik olan kolayda örneklem alma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın çalışma grubu, İzmir ilinde faaliyet göstermekte olan 9 farklı oyun salonundan gerekli izinler alınarak, bu oyun salonlarında oyun oynayan ve reklamlara doğrudan maruz kalan kolayda örneklem alma yöntemiyle seçilmiş çalışmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden 376'sı erkek, 24'ü kadın olmak üzere toplamda 400 kişiyi kapsamaktadır.

### Veri Toplama Aracı

Chaney, Lin ve Chaney (2013), oyun içine gömülü reklamların tüketici davranışlarına etkilerini değerlendirdikleri çalışmalarında;

- Ürün ve markaların yardımsız hatırlama düzeyi nedir?
- Oyun deneyimi hatırlama üzerinde etkili midir?
- Bilboardlar oyun deneyimini etkiler mi?
- Bilboardlara verilen yanıt ile satın alma niyeti arasında bir ilişki var mıdır?

sorularına yanıt aramışlardır. Yapılan bu çalışmada *yardımsız hatırlama tekniği* ile hangi ürün veya markaların hatırlandığına yönelik sorular sorulmuştur.

Nelson (2002), ürün yerleştirmenin etkinliğini belirlemek için akademik çalışmalarda tipik olarak hafıza temelli ölçümlerin (hatırlama ve tanıma) kullanıldığını ve savunulduğunu rapor etmektedir. Bununla beraber akademik çalışmalarda sadece kısa süreli hatırlama ölçümleri kullanılmaktadır. Marka değeri inşaaı için uzun süreli hatırlamanın önemli olduğunu ve akıldaki uzun süreli hatırlamaya yönelik araştırmaların daha fazla yapılması gerektiğini belirtmektedir (Nelson, 2002). Bu gerekçelerle yaptığı araştırmada, oyun sezonu bittikten 5 ay sonra katılımcılarla iletişime geçerek uzun süreli hatırlama durumlarını sorgulamıştır. Katılımcılara serbest ve yardımcı hatırlama soruları sorulmuştur. Katılımcılara sorulan sorulardan bazıları "Hangi arabayı hatırlıyorsunuz? Neden?" gibi sorulardır.

Konuyla ilgili olarak önceki çalışmalarda (McMillan and Hwang 2002; Nelson 2002; Nelson, Keum, and Yaros 2004; Sundar and Kim 2005; Aktaran, Lewis & Porter, 2010), Likert ölçekleri ve yardımsız hatırlama, reklamların farkında olma, mesajı tanıma soruları

kullanılmıştır. Katılımcıların, oyun algıları ve önceki oyun deneyimleri hakkında sorular sorulduktan sonra, oyundaki her bir ürün kategorisiyle ilgili örneğin “bir spor markası düşündüğünüzde, aklınıza hangi marka gelir?” gibi yardımsız hatırlama soruları sorulmuştur. “Bu spor giysisini daha önce bir video oyununda gördüm” gibi reklamın farkındalığına yönelik sorular ve “ilgili markanın reklamlarında aşağıdaki mesajlardan hangileri vardır?” gibi mesajın hatırlanmasına yönelik sorular vardır (Lewis & Porter, 2010). Nelson, Keum, & Yaros (2004) da benzer şekilde sorular ile reklamların hatırlanırılığını ölçmüşlerdir.

Katılımcılara, ilgili alan yazın incelenerek araştırmacılar tarafından hazırlanan ve demografik bilgiler, oyun oynama alışkanlıkları, oyun oynama süreleri, oyun içine yerleştirilen reklamları hatırlama durumları ile ilgili (Örn. Yaş, Cinsiyet, Meslek, En Çok Oynadığınız Video Oyun Nedir? Ne Kadar Zamandır Video Oyun Oynuyorsunuz? ve benzeri) reklamların hatırlanmasına yönelik yukarıda bahsedilen araştırmalardan yararlanılarak hazırlanan açık uçlu ve çoktan seçmeli toplam 8 adet soru içeren yardımsız hatırlama tasarımı bir anket uygulanmıştır.

### Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS 20 paket programı kullanılmıştır. Elde edilen verilere betimleyici analizler, frekans, yüzde hesaplamaları ve Ki-kare testi uygulanmıştır.

## Bulgular

Araştırma sonucunda katılımcıların yaş ortalaması,  $20.52 \pm 4.15$  olduğu, %82’sinin öğrenci olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların 24’ü kadınlardan 376’sı erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların tamamının rekreatif olarak video oyunu oynadıkları belirlenmiştir.

**Tablo 1.** En çok oynanan oyunlar

Oyun	N	%
FIFA	168	42
NBA	128	32
PES	70	17.5
Diğer	34	8.5
Toplam	400	100

Tablo 1’e göre en çok oynanan oyunların FIFA (%42), NBA (%32) ve PES (%17.5) oyunları olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 2.** Oyuncular tarafından haftalık oynanan oyun sayısı

Haftada Oynanan Oyun Sayısı	N	%
Bir Oyun	144	36
İki ve Üzeri Oyun	256	64

Oyun oynama süresi	N	%
Bir yıl ve daha az	27	6.8
2-3 yıl	88	22

4-5 yıl	104	26
5 yıl ve daha fazla	181	<b>45.3</b>
<b>Oyunlara harcanan haftalık</b>		
3 saat ve daha az	89	22.3
4-7 saat	99	24.8
8-13 saat	108	<b>27</b>
14-19 saat	64	16
20-24 saat	28	7
25 saat ve daha fazla	12	3
<b>Spor oyunlarına harcanan</b>		
3 saat ve daha az	124	31
4-7 saat	128	<b>32</b>
8-13 saat	104	26
14-19 saat	30	7.5
20-24 saat	13	3.3
25 saat ve daha fazla	1	0.3

Tablo 2'ye göre haftalık olarak oyuncuların %36'sının bir oyun oynadığı, %64'ünün ise iki ve daha fazla oyun oynadığı tespit edilmiştir. Bazı oyuncular bir oyun oynamak ve o oyunda ilerlemek amacındayken, bazı oyuncular birden fazla oyun oynamaktadır. Oyuncuların %45.3'ünün 5 yıl ve daha fazla süredir oyun oynadığı, haftalık oyun oynama süresinin 8-13 saat arasında; haftalık spor oyunu oynama süresinin ise 4-7 saat arasında yoğunlaştığı görülmektedir.

**Tablo 3.** Bütün reklamların hatırlanma durumu

Hatırlama Durumu	Frekans	%
Hatırlıyor	342	85.5
Hatırlamıyor	58	14.5
Toplam	400	100

Tablo 3'de gösterildiği gibi, oyun içerisine yerleştirilen reklamların, oyuncular tarafından hatırlanma oranının %85.5 olduğu belirlenmiştir. "Hangi markaları hatırlıyorsunuz?" sorusuna oyuncuların hatırladıkları ürün/markaları yazmaları istendiğinde toplam **7 farklı ürün/ markaya kadar** hatırladıkları tespit edilmiştir. Tablo 4'de oyuncuların 1. Sırada hatırladıklarını belirttikleri ürün/markalar spor ürün/markası olan ve olmayan şeklinde sınıflandırılarak sunulmaktadır.

**Tablo 4.** Hatırlanan markalarla ilgili bilgiler

Hatırlanan Markalar	Hatırlayan Kişi Sayısı	%
Nike (S)	38	11.11
Konami	30	8.77
Sprite	26	7.6
Adidas (S)	25	7.31
EA Sports (S)	19	5.56
Fly Emirates	19	5.56

Puma (S)	17	4.97
Qatar Airways	12	3.51
Turkish Airlines	11	3.22
Bwin	10	2.92
Samsung	9	2.63
HP	9	2.63
DHL	7	2.05
Bwin	6	1.75
Gatorade (S)	6	1.75
UPS	6	1.75
Ülker	6	1.75
Total	5	1.46
Spalding (S)	5	1.46
2k Sports (S)	4	1.17
Pirelli	4	1.17
Fifa.com (S)	3	0.88
Rolex	3	0.88
HTC	3	0.88
Euroleague (S)	2	0.58
Air Jordan (S)	2	0.58
Coca Cola	2	0.58
Mastercard	2	0.58
TNT	2	0.58
Beko	1	0.29
Toyota	1	0.29
Diğer	47	13.74
Toplam	342	100

\*(S): Sporla ilgili reklamlar

Tablo 4 de oyun içinde yer alan ve oyuncuların ifadeleriyle hatırladıklarını belirttikleri markalara ait bilgiler yer almaktadır. Hatırlanan birbirinden farklı reklam sayısı 45'dir. Oyuncular 45 ayrı markayı ismen söylemişlerdir. Bu markaların frekans değeri 1 olan 14 farklı ürün/marka tabloda fazla yer kaplamaması için diğer şekilde gruplandırılmıştır. Tabloda görüldüğü üzere hatırlanan spor ürün/marka reklamlarının oranı %35.38 olarak tespit edilmiştir.

Oyuncuların hatırladıkları ürün/markaların hatırlanma sırasına göre spor ürünü olup olmama durumlarına ilişkin bilgiler Tablo 5'de yer almaktadır.

**Tablo 5.** Hatırlanan reklamların yüzdesi

Hatırlanan reklam sırası	Toplam	Reklamın türü	Sayı	%
1.	342	Spor ürünü olan reklamlar	121	<b>35.38</b>
		Spor ürünü olmayan reklamlar	221	64.62
2.	293	Spor ürünü olan reklamlar	165	<b>56.31</b>
		Spor ürünü olmayan reklamlar	128	43.69
3.	199	Spor ürünü olan reklamlar	110	<b>55.28</b>
		Spor ürünü olmayan reklamlar	89	44.72
4.	121	Spor ürünü olan reklamlar	67	<b>55.37</b>
		Spor ürünü olmayan reklamlar	54	44.63

5.	51	Spor ürünü olan reklamlar	35	<b>68.63</b>
		Spor ürünü olmayan reklamlar	16	31.37
6.	24	Spor ürünü olan reklamlar	13	<b>54.17</b>
		Spor ürünü olmayan reklamlar	11	45.83
7.	13	Spor ürünü olan reklamlar	3	<b>23.08</b>
		Spor ürünü olmayan reklamlar	10	76.92

Tablo 5 incelendiğinde spor ürünü olan reklamların, 1. Sırada ve 7. Sırada hatırlanma oranının, 2,3,4,5 ve 6. Sırada hatırlanma oranlarına göre daha düşük olduğu görülmektedir. Bu durum spor ürün/markalarının ilk akla gelen marka olmasının diğer ürün kategorilerine göre (gıda, bankacılık, teknoloji ürünleri vb.) yüksek olduğunu (%35.38), ayrıca oyuncuların ikinci, üçüncü, dördüncü, beşinci, altıncı sırada hatırladıkları ürün7marka reklamlarında spor ürün/markalarının oldukça baskın olduğunu (%55.28-%68.63) göstermektedir. Genel bir yargı oluşturmak için bütün sıralarda hatırlanan spor ürün/markalarının yüzdelik oranlarının ortalaması hesaplanmış ve %49.74 olarak tespit edilmiştir. Bütüncül bir değerlendirme ile hatırlanan hemen hemen her iki reklamdanda birinin spor ürün/markası olduğu sonucuna ulaşılabilir.

**Tablo 6.** Cinsiyet değişkenine göre reklamların hatırlanıp hatırlanmama durumunun analizi

		Hatırlama Durumu		N	%
		Hatırlıyor	Hatırlamıyor		
Cinsiyet	Kadın	20	4	24	6
	Erkek	322	54	376	94
Toplam		342	58	400	100

Tablo 6 incelendiğinde cinsiyet değişkenine göre reklamların hatırlanıp hatırlanmama durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır (Ki-Kare= .097; p=0.76).

**Tablo 7.** Rekreatif olarak spor oyunu oynama zamanı değişkenine göre reklamların hatırlanıp hatırlanmama durumu analizi

		Hatırlama Durumu		N	%
		Hatırlıyor	Hatırlamıyor		
Ne kadar süredir spor oyunu oynuyorsunuz?	Bir yıl ve daha az	18	9	27	6.75
	2-3 yıl	72	16	88	22
	4-5 yıl	96	8	104	26
	5 yıl ve daha fazla	156	25	181	45.25
Toplam		342	58	400	100

Tablo 7 incelendiğinde spor oyunu oynama zamanı değişkenine göre reklamların hatırlanıp hatırlanmama durumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Ki-kare=12.64; p=0.00 r=.70). Oyun oynama zamanı fazla olan kişilerin, reklamları, diğerlerine göre daha fazla hatırladıkları tespit edilmiştir.

## Tartışma ve Sonuç

Araştırma sonucunda, oyuncuların en çok oynadıkları oyunların spor oyunları olduğu ve %45.3'ünün 5 yıldan fazla zamandır oyun oynadığı belirlenmiştir. Hatırlanan reklamlar içerisinde spor markalarının oranının %35.38 olduğu, spor oyunu oynama süresi arttıkça hatırlanan reklam sayısının da arttığı tespit edilmiştir. Pazarlama uzmanları, video oyunlarına yerleştirilen ürün/marka reklamlarının diğer platformlardan daha iyi hatırlanmasından dolayı video oyun reklamlarına dikkatlerini yöneltmişlerdir (Devaney, 2005; Kim & McClung, 2010). Nelson (2002), video oyunlarını oynayan oyuncuların oyunlarda bulunan ürün yerleştirmeleri anlık ve gecikmeli olarak hatırlamalarına yönelik yaptığı çalışmada, çalışma grubunda yer alan kişilerin %30'una yakın kısmının oyundan hemen sonra ürün yerleştirmeleri hatırladığını tespit etmiştir. Yapılan başka bir araştırmada oyuncular, oyun içi reklam panolarını, gerçek hayattaki spor etkinlikleri sırasında üretilenlerden daha yüksek oranda hatırladıkları sonucuna ulaşılmıştır (Chaney vd. 2004). Hang ve Auty (2011) tarafından yapılan bir araştırmada, oyunculara bir video oyunda kullanılan markayı seçmeleri için 10 saniyelik bir fırsat vermenin oyun içine yerleştirilen markaların hatırlanmasını arttırdığı sonucuna varılmıştır. Lin (2014) mobil oyunlarda ürün yerleştirme üzerine yapmış olduğu çalışmada oyuncuların, ana alanlara yerleştirilen markaları hatırlamalarının ana alanın dışına yerleştirilmiş olanlara göre daha yüksek olduğu sonucuna varmıştır. Çalışmamızdan farklı olarak sinema sektörü üzerine yapılan çalışmalarda ise şu sonuçlara varılmıştır; Argan vd. (2007)'nin GORA filmi üzerine yapmış oldukları çalışmada, seyircilerin %86.6'sı filme yerleştirilen bir veya daha fazla sayıda markayı doğru olarak hatırlamıştır. Sarıyer ve Ayar'ın (2013) yaptığı çalışmada görüşme yapılan çocukların tümü, yerleştirilen markalardan birini hatırlamışlardır. Bu bilgi ışığında, Toy Story III filminde yerleştirilen markalar görüşme yapılan çocuklar tarafından hatırladığı söylenebilir. Bu bilgiler sonucunda ürün yerleştirme yönteminde, yerleştirilen markaların tüketicilerin hafızalarında yer etmesinde etkisinin olduğu söylenebilir.

Video oyunlarının çoğunlukla öğrenciler tarafından oynanması ve ortalama oyun süresinin de uzun süreli olması, öğrencilerin serbest zamanlarının çoğunu bu şekilde değerlendirdiklerini göstermektedir. Öğrencilerin serbest zamanlarının dışında bazen okuldan ayrılarak bu salonlarda vakit geçirdiği de gözlemsel bir gerçekliktir. Bu oyunların insanların zihinsel, algısal ve koordinatif yetilerini geliştirdiğini gösteren çalışmalar (Alper vd. 2015; Cesarone, 1994) olsa da bununla beraber insanların sosyalleşmeden uzaklaştırdığına, bireyci ve şiddete yönelim gösterdiği yönünde olumsuzlukları geliştirdiğine yönelik çalışmalar (Alper vd. 2015; Kiran, 2013; Madran ve Çakılcı, 2014) da alan yazında yer almaktadır.

Gündüz (2010) ve Mavi vd. (2011) tarafından yapılmış olan araştırmalarda, spor yapmayan katılımcıların spor yapmama nedenleri arasında en başta katılımcıların spor yapmak için vakit bulamamalarının geldiğini belirlemişlerdir. Demirel ve Harmandar'ın (2009) yaptığı çalışmada, katılımcıların boş zaman aktivitelerine katılımında engel olarak tesis/ hizmet/ ulaşım ve birey psikolojisi faktörlerinin etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Amin vd. (2011) tarafından yapılan çalışmada rekreatif etkinliklere katılımın önündeki

engellerin genellikle tesis ve zaman yetersizliği ile ilgili olduğu sonucunu bulmuşlardır (Turan vd. 2019). Yukarıdaki bilgiler ışığında son yıllarda, tesis, zaman, ulaşım ve birey psikolojisi gibi sorunlardan ötürü spor yapan çocuk ve gençlerin sayısında ciddi bir azalış olduğu söylenebilir. Bu bilgiler doğrultusunda, gençlerin birçoğunun rekreasyonel etkinlikleri tercih etmedikleri, serbest zamanlarının çoğunu video oyunları oynayarak geçirdikleri söylenebilir.

Çalışmadan elde edilen verilere pazarlama açısından bakıldığında, spor oyunları içerisinde en çok oynanan oyunların futbol ve basketbol oyunu olması, bu oyunların gerçek hayatta da popüler olması ile açıklanabilir. Dolayısıyla en önemli reklam alanının bu branşlara yönelik video oyunları olduğu tespit edilebilir. Oyuncuların yaklaşık üçte ikisinin en az iki ve daha fazla oyun oynadığı bulgusu da değerlendirildiğinde, pazarlamacıların farklı oyunlarda yapacakları reklamların pazar kapsama stratejilerine hizmet edeceği öngörülebilir. Ayrıca hatırlanan ürün/markalar arasında bütüncül değerlendirme sonuçlarına göre spor ürün/markalarının hatırlanma oranı %49.74 bulunmuştur. Bu durum spor pazarlamacıları açısından video oyunlarının önemli bir etkinlik, tüketici iletişimi, tutundurma alanı olduğunu göstermektedir.

Hem sporla ilgili oyunların hem de sporla ilgili olmayan oyunların; oyun oynama süresinin artması ile hatırlanan reklam sayısı da artmaktadır. Bunun sebebi oyuncuların (tüketicilerin) reklama daha fazla sayı ve sürece maruz kalması olabilir. Bu bulguya dayanarak, oyun oynama süresinin, oynanan oyunun içeriği, kalitesi, adapte edilebilirliği vb. özelliklerinin oyuncuyu (tüketiciyi) daha fazla süre ve sayıda oyun oynamaya yönlendirdiği, bu sebeple pazarlamacıların reklam verdikleri oyunun özelliklerinin, kalitesinin ve popülerliğinin de dikkate alınmaları gerektiği düşünülebilir.

Video oyun sektörü, bilgisayar teknolojilerinde meydana gelen gelişmelere paralel olarak gösterdiği gelişim ile oyuncuların (tüketicilerin) ilgisini kendisine çekmektedir. Bu ilgi pazarlama uzmanlarının da dikkatini cezbetmektedir. Acar (2007), oyun içine yerleştirilen yazıların ürün tercihi konusunda etkili olduğunu bulmuştur. Bununla beraber, Chaney, Lin ve Chaney (2013), oyun içine gömülü billboard reklamlarının, oyun oynanırken hatırlansa bile, daha sonrasında oyunun sezonu bittikten sonra hatırlanmadığını, bunun sebebinin de oyuncuların oyuna odaklanmaktan dolayı ikincil detayları (reklamlar vb.) hatırlaması olabileceğini belirtmektedir. Bu yazarlar, oyun içine gömülü reklamların oyun deneyimini artırma ve marka tercihinde çok sınırlı bir etkisi olduğunu rapor etmektedirler.

Bu bağlamda, pazarlama uzmanları tarafından oyunlara yerleştirilen pazarlama mesajları aracılığıyla oyuncuların (tüketicilerin), oyun içine yerleştirilmiş olan ürünlere/markalara yönelik pozitif davranışlarda bulunmalarına neden olabileceği söylenebilir. Bu doğrultuda, video oyunlarının içine ürün/marka yerleştirme türündeki pazarlama mesajlarının çoğalarak devam edebileceği söylenebilir.

### **Sınırlılıklar ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler**

Bu çalışma İzmir ili ile bu ilde faaliyet gösteren 9 oyun salonuyla sınırlı kalmıştır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda farklı illerde ve tüm ili kapsayacak şekilde daha büyük



örneklerde çalışmalar yapılmasının sonuçların daha keskin ifadelerle yorumlanabilmesinde faydalı olabileceği düşünülmektedir.

Bu çalışmadaki örneklem rekreatif olarak spor oyunları ile ilgilenen katılımcılarla sınırlı kalmıştır. Profesyonel olarak spor oyunu oynayan katılımcıları içeren bir örneklem grubuna yönelik bir çalışmanın yapılmasında yarar vardır.

Araştırma, spor oyunlarına yerleştirilen markalarla ilgilidir. Ürün/marka yerleştirmenin etkisinin farklı oyunlarda değişebileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda, farklı oyunlardaki ürün yerleştirmelerin de incelenmesinde yarar vardır.

Bu araştırma, video oyunların içerisine yerleştirilmiş ürünleri/markaları oyuncuların hatırlama durumu ile ilgili bilgiler sağlamış olsa da gelecekte yapılabilecek araştırmalarda, satın alma davranışları üzerindeki etkilerine yönelmeleri önerilmektedir.

Alanyazında deneysel çalışmalara da rastlanmıştır. Örneğin Acar (2007), 3 kişi ile gerçekleştirdiği çalışmada, oyun içine oyunun odak noktasında görülecek şekilde birkaç saniyelikliğine " LİMONATA İÇ" yazısına maruz bırakılan oyuncuların, başka bir içecekten limonata içme tercihlerinde düzenli bir artış olduğunu bulmuştur. Oyun penceresinde bu yazının gösterilmesi durumunda etkili olmadığını da ortaya koymuştur. Bu durumda yapılan reklâmın ve maruz bırakılan yazının etkili olabilmesi için oyuncuların, oyunlarda odaklandığı noktalara yerleştirilmesinin önemini ortaya koymaktadır (Acar, 2007). Bu çalışmanın amacı içinde olmamakla birlikte, oyunun hangi bölümlerinde, mesela etkili bir şut, spektaküler bir hareket veya gol, faul vb. tekrar gösterimlerde yer alan reklamların daha etkili olup olmadığı, sadece bu oyunlar içindeki reklamların satın alma davranışına ne kadar etki ettiğini belirlemeye yönelik ampirik çalışmalarla daha net biçimde tespit edilebilir.

#### **Yazar notu:**

Bu çalışma, 6-8 Mart 2015 tarihinde gerçekleştirilen Uluslararası Spor Yönetimi Öğrenci Kongresinde sözlü olarak sunulan bildirinin geliştirilmiş halidir.

#### ***Yazışma Adresi (Corresponding Address):***

*Tuncay ÖKTEM*

*Bayburt Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu*

*E-posta: tuncayktm@gmail.com*

## Kaynaklar

1. **Acar, A.** (2007). Testing the Effects of Incidental Advertising Exposure in Online Gaming Environment. *Journal of Interactive Advertising*, 8(1),45-56, DOI:10.1080/15252019.2007.10722136
2. **Alper, K., Aytan, & N. Ünlü, S.** (2015). Görsel Medya Çağında Çocukların Video Oyun Bağımlılıkları. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 98-106.
3. **Altıntaş, D., Kurtuldu, H. S. & Bilgili, B.** (2017). Sinema Filmlerindeki Ürün Yerleştirmelere Yönelik İzleyici Tutumları (Oflu Hoca'nın Şifresi 2). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(3), 1007-1023.
4. **Amin, T. T., Suleman, W., Ali, A., Gamal, A., & Al, W. A.** (2011). Pattern, Prevalence, and Perceived Personal Barriers Toward Physical Activity Among Adult Saudis In Al-Hassa, KSA. *Journal of Physical Activity and Health*, 8(6), 775-84.
5. **Argan, M. Ozer, A. & Akin, A.** (2006). Elektronik Spor: Türkiye'deki Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları. *Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi*, 1(2), 1-11.
6. **Argan, M., Velioglu, M. N., & Argan, M.** (2007). Marka Yerleştirme Stratejilerinin Hatırlama Üzerine Etkisi:Gora filmi Üzerine Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(19), 159-178.
7. **Argan, M., Suher, H. K., Ozer, A., Akin, E. & Tokay A. M.** (2007, April 13-15). *Game Quality: A study on Turkish Game Players*. 2nd International Symposium of New Technologies in Sport, Sarajevo, Bosnia Herzegovina.
8. **Bak, G. & Eşidir O. V.** (2018). Sinemada Ürün Yerleştirme: Anadolu Kartalları Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(16), 1159-1166.
9. **Brennan, S., Rosenberger P. J. & Hementera, V.** (2004). Product placements in movies: An Australian consumer perspective on their ethicality and acceptability. *Marketing Bulletin*, 15, 1-6.
10. **Cauberghe, V. & De Pelsmacker, P.** (2010). Advergaming: The Impact of Brand Prominence and Game Repetition on Brand Responses. *Journal of Advertising*, 39(1), p. 5-18. DOI:10.2753/JOA0091-3367390101
11. **Cesarone, B.** (1994). Video Games and Children, ERIC Digest from <http://www.kidsource.com/kidsource/content2/video.games.html>. (Erişim Tarihi: 03.12.2014).
12. **Chaney, I. M., Lin, K.H. & Chaney, J.** (2004). The Effect of Billboards Within the Gaming Environment. *Journal of Interactive Advertising*, 5(1), 37-45.
13. **Demirel, M. & Harmandar, D.** (2009). Üniversite Öğrencilerinin Rekreasyonel Etkinliklere Katılımlarında Engel Oluşturabilecek Faktörlerin Belirlenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(1), 838-846
14. **Devaney, P.** (2005, August). Advertisers find a new playmate in the computer games industry. *Marketing Week*, 18, 28-29.
15. **DeVaney, S. A., & Stahura, J.** (2005). Determinants of Household Expenditure on Computer Hardware and Software Wen Yin. *The Journal of Consumer Affairs*, 39(2), 254-275. DOI:10.1111/j.1745-6606.2005.00014.x
16. **Durdu, P. O., Hotomaroğlu, A. & Çağiltay, K.** (2004, 20-22 Mayıs). *Türkiye'deki Öğrencilerin Bilgisayar Oyunu Oynama Alışkanlıkları ve Oyun Tercihleri: ODTÜ ve Gazi Üniversitesi Öğrencileri Arası Bir Karşılaştırma*. Bilişim Teknolojileri İşığında Eğitim Konferansı, Ankara.
17. **Glass, Z.** (2007). The Effectiveness of Product Placement in Video Games. *Jornal of Interactive Advertising*, 8(1), 1-27. DOI: 10.1080/15252019.2007.10722134
18. **Grigorovici, D. M. & Constantin, C. D.** (2004). Experiencing Interactive Advertising Beyond Rich Media: Impacts of Ad Type and Presence on Brand Effectiveness in 3D Gaming Immersive Virtual Environments. *Journal of Interactive Advertising*, 4(3) p. 3-16. DOI: 10.1080/15252019.2004.10722091
19. **Gross, M. L.** (2010). Advergaming and The Effects of Game-Product Congruity. *Computers in Human Behavior*, 26, 1259-1265. DOI: 10.1016/j.chb.2010.03.034
20. **Gündüz, D.** (2010). *İlköğretim Okullarında Görev Yapan Kadın Öğretmenlerin Spora Katılımı ve Sosyo Kültürel Problemler (Sarıyer Örneği)* (Yüksek lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
21. **Hang, H. & Auty, S.** (2011). Children Playing Branded Video Games: The Impact of Interactivity on Product Placement Effectiveness. *Journal of Consumer Psychology*, 21(1), 65-72.
22. **Hazar, M.** (1997). *Beden Eğitimi ve Sporda Oyunla Eğitim* (2. Bs.). Ankara: Tubitay Yayınları.

23. İnal, Y. & Kiraz, E. (2008). Bilgisayar Oyunları İdeoloji İçerir mi? Eğitsel ve Ticari Oyunlara Bakış. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(3), 523-544.
24. Karrh, J. A. (1998). Brand placement: A review. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 20(2), 31-49.
25. Kıran, Ö. (2013, 2-5 Ekim 2013). *Ortaöğretim Öğrencilerinin Şiddet İçeren Bilgisayar Oyunlarına İlgileri Üzerine Bir Araştırma*. Uluslararası Katılımlı VII. Usual Sosyoloji Kongresi, Muğla.
26. Kim, M.S. & McClung, S.R. (2010). Acceptability and Ethics of Product Placement in Sport Video Games. *Journal of Promotion Management*, 16(4), 411-427. DOI:10.1080/10496491003591386
27. Kim, Y. & Ross, S. (2015). The Effect of Sport Video Gaming On Sport Brand Attitude, Attitude Strength and the Attitude-Behavior Relationship. *Journal of Sport Management*, 29, 657 -671. DOI: 10.1123/JSM.2013-0117
28. Law, S., & Braun, K. A. (2000). I'll have what she's having: Gauging the impact of product placements on viewers. *Psychology & Marketing*, 17(12), 1059-1075.
29. Lewis, B. & Porter, L. (2010). In-Game Advertising Effects: Examining Player Perceptions Of Advertising Schema Congruity in a Massively Multiplayer Online Role-Playing Game. *Journal of Interactive Advertising*, 10(2), 46-60.
30. Lin, H.F. (2014). The effect of product placement on persuasion for mobile phone games. *International Journal of Advertising*, 33(1), 37-60.
31. Madran, H.A.D. & Çakılçı E.F. (2014). Çok Oyuncululu Çevrimiçi Video Oyunu Oynayan Bireylerde Video Oyunu Bağlımlılığı ve Saldırganlık. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 15(2), p. 99-107. DOI:10.5455/apd.39828
32. Mallinckrodt, V. & Mizerski, D. (2007). The Effects of Playing an Advergame on Young Children's Perceptions, Preferences, and Requests. *Journal of Advertising*, 36(2), 87-100. DOI:10.2753/JOA0091-3367360206
33. Mavi, S. Tuncel, S. Tuncel, F. & Akdemir, B. (2011). Ankara'da Yaşayan İnsanların Spor Yapma ve Yapmama Nedenleri. *Uluslararası Hakemli Akademik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 44-52.
34. McCarty, J. A. (2003). Product Placement: The Nature of the Practice and Potential Avenues of Inquiry. In *The Psychology of Entertainment Media* (pp. 57-73). Erlbaum Psych Press.
35. Nelson, M. R. (2002). Recall of Brand Placements in Computer/Video Games. *Journal of Advertising Research*, 42(2), p. 80-92. DOI: 10.2501/JAR-42-2-80-92.
36. Nelson, M. R., Keum, H. & Yaros, R.A. (2004). Advertainment or Adcreep Game Players' Attitudes Toward Advertising and Product Placements in Computer Games. *Journal of Interactive Advertising*, 5(1), 3-21.
37. Newell, J., Salmon, C.T. and Chang, S. (2006). The Hidden History of Product Placement, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 50(4), 575-94.
38. Odabaşı, Y. & Oyman, M. (2014). *Pazarlama İletişimi Yönetimi*. İstanbul: MediaCat.
39. Sariyer, N., & Ayar, H. (2013). Filmlere Yerleştirilen Markaların Çocuklar Tarafından Hatırlanması-Toy Story 3 Filmi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), 79-99.
40. Sürücü, P. (2007). Marka Yerleştirmenin Bir Reklam Olarak Etkileri: Video Oyunlarındaki Marka Yerleştirme Uygulamaları Üzerine Keşifsel Bir Araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(2), 169-188.
41. Tekeli, K. (2014). *Tüketicilerin TV programlarında ürün yerleştirme konusundaki tutumlarına yönelik bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
42. Turan, E. B., Gülşen, D. B. A. & Bilaloğlu, M. (2019). Kadın Çalışanların Yaşam Doyumu İle Boş Zaman Engelleri Arasındaki İlişki: Akdeniz Üniversitesi Örneği. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 4(1).
43. Wan, C. S. & Chiou, W. B. (2006). Why Are Adolescents Addicted to Online Gaming? An Interview Study in Taiwan. *Cyberpsychology & Behavior*, 9(6), 762-766. DOI:10.1089/cpb.2006.9.762
44. Yeşilyurt, F. (2014). *Ergenlerin Çevrim İçi Oyunlardaki Deneyimleri ve Oyuna İlişkin Tutumlarının İncelenmesi* (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
45. You, In-Myoung (2004). *Product Placement Belief and Product Usage Behavior In South Korea and The United States* (Unpublished Doctoral Dissertation). University of Florida.

# Koşucularda Yarış Seçimini Etkileyen Faktörler

Orçun OCAKOĞLU

Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, İstanbul

## Araştırma Makalesi

### Öz

*Bu çalışmanın amacı, uzun mesafe koşarak yol yada patika yarışlarına katılan ferdi yada kulüp sporcusu olan koşucuların yarışma seçimine etki eden faktörlerin neler olduğunu belirlemek ve bu faktörlerin demografik değişkenlerle olan ilişkisini açıklamaktır. Araştırmaya, İstanbul ilinin çeşitli semtlerinde koşu antrenmanı yapan 18 yaşından büyük ve yılda en az 1 kez uzun mesafe yol yada patika yarışında mücadele etmiş; %90'nın bireysel, %10'unun ise kulüp sporcusu olduğu 366 erkek, ile 192 kadından oluşan toplam 558 atlet katılmıştır. Veri toplama aracı araştırmacı tarafından uzman görüşleri de alınarak hazırlanmıştır. Likert tipinde hazırlanan "Müsabaka Seçim Ölçeği"nin geçerliliğini belirlemek için faktör analizinden yararlanılmıştır. 212 sporcuya yapılan ön uygulamayla hesaplanan Bartlett's Test değeri olan  $p=0,000$  faktör analizine uygunluğu göstermektedir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri olarak hesaplanan 0,833 ise ön uygulamadaki örneklem sayısının yeterliliğini göstermektedir. Buna göre faktör sayısının belirlenmesi için yapılan Temel Bileşenler Analizi (Principal Component Analysis-PCA) sonucunda ise 22 sorudan oluşan ölçeğin; fiziksel çevre, yarışma çekiciliği ve sosyalleşme ortamından oluşan 3 faktörlü bir yapıya sahip olduğu görülmüştür. Ölçeğin güvenilirliği için hesaplanan Cronbach Alfa değeri ise 0,892 olarak bulunmuştur. Normal dağılım göstermeyen sonuçlara parametrik olmayan Kruskal Wallis H ve Mann Whitney U testleri uygulanarak veriler analiz edilmiştir. Katılımcıların "Müsabaka Seçim Ölçeği"ne verdikleri cevaplar; cinsiyet, yaş, eğitim durumu değişkenlerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar göstermezken ( $p>0,05$ ); medeni durumu ve ferdi sporcu ya da kulüp sporcusu olma değişkenlerine göre ise istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar göstermiştir ( $p<0,05$ ). Sonuç olarak koşucuların yarış seçim kriterleri; cinsiyet, yaş ve eğitim durumu değişkenlerinden etkilenmezken, medeni durum ve ferdi sporcu ya da kulüp sporcusu olma değişkenlerinden etkilendiği görülmektedir. Bekar sporcuların sosyalleşme isteklerinin evli sporculara göre daha yüksek düzeyde olduğu; evli sporcularınsa arkadaş çevrelerinin tavsiyesine göre yarış seçimi yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ferdi sporcuların sosyalleşme ortamını ve yarışın çekiciliğini daha yüksek düzeyde dikkate alarak yarış seçtiği; bu işten geçimini sağlayan kulübe bağlı profesyonel sporcuların ise fiziksel çevreyi gözönüne alma düzeylerinin yarış seçiminde daha çok etkili olduğu anlaşılmıştır.*

**Anahtar sözcükler:** Koşu, Müsabaka, Yarış seçimi, Yarış seçimini etkileyen faktörler

## Factors Influencing Race Selection of Runners

### Abstract

*The aim of this study is to determine the factors affecting the race selection of the individual or club runners who participate in the road or trail races by running long distance and to explain the relationship between these factors and demographic variables. The study was conducted; over the age of 18, who performed the running training in various districts of Istanbul and competed at least one competition in a year at a long distance road or trail race; a total of 558 athletes, 366 men and 192 women, of whom 90% were individual and 10% were club athletes participated. Data collection tool was prepared by the researcher with the taken of expert opinions. In order to determine the validity of the "Competition Selection Scale" prepared in Likert type, was used factor analysis. According to the The Bartlett Tests value  $p=0,000$  which calculated from the pre-treatment of 212 athletes, shows its suitable for factor analysis. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) value, which is calculated as 0,833 shows the adequacy of the sampling in the pre-treatment. As the result of Principle Component Analysis (PCA), it was found that the scale consists 3 factors as physical environment, race attractiveness and socialization environment in the total of 22 questions. The Cronbach Alpha value calculated for the reliability of the scale was found as 0,892. The non-normally distributed data were analyzed by applying non-parametric Kruskal Wallis H and Mann Whitney U tests. In order to answers of the survey; statistically significant differences were not found between gender, age and educational level ( $p>0,05$ ); statistically significant differences were found between marital status and individual or club runners were found ( $p<0,05$ ). As the result, the race selection criteria of the runners are; while gender, age and educational level were not affected by variables, marital status and being individual or club athletes were affected. While single athletes have higher socialization desire than married athletes; it is seen that the married athletes have selected the race by the recommendation of their friends. It is understood that individual athletes select the race considering the socialization environment and the attractiveness of the race at a higher level. Also the professional athletes in the club, who earn his/her life by running, consider physical environment in the selection of race.*

**Keywords:** *Running, Competition, Race selection, Factors influencing race selection*

### Giriş

Günümüz toplumlarının serbest zaman aktiviteleri içerisinde önemli bir yer tutan spor kavramı, bireyler üzerindeki etkisini her geçen gün arttıran toplumsal bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu olgunun özellikle, aktif spor yapan bireyler, seyirciler, hakemler, idareciler, sponsorlar gibi unsurlardan oluştuğu; spor endüstrisinin de temelinde aktif spor yapanların ayrı bir öneme sahip olduğu bilinmektedir (Ayca, Polat ve Uçan, 2009).

Spor endüstrisi; seyircilerin ve sponsorların yanı sıra aktif spor yapan bireylerin de gereksinimlerini tatmin etmek zorundadır. Sporun farklı türdeki tüketicileri olan bu üç grup içerisinde, aktif spor yapanların yerini ayrı tutan Shank'a (2004) göre; "spor etkinlikleri spor endüstrisinin kalbiyse, sporcular da bu kalbin atmasını sağlayan kandır" diyerek aktif spor yapan bireylerin sahip oldukları önemi belirtmiş ve spor endüstrisinin onlar olmadan varlığını sürdüremeyeceğini ileri sürmüştür.

Serbest zamanlarını spor yaparak yada spor yarışmalarına katılarak geçiren sporcuların ve bizzat geçimini bu işten sağlayanların, yarışmalara katılımının artırılması ve bunun devamlılığına yönelik çabalar, organizasyonların hedeflerini belirleyebilmeleri açısından büyük önem arz etmektedir. Sporcuların müsabakalara katılım kararlarını etkileyen değişkenlerin belirlenmesi, spor organizatörleri için hayati bir konudur (Trenberth ve Garland, 2007). Çünkü sporcuların müsabakalara katılım kararlarını

etkileyen değişkenlerin anlaşılması, spor organizatörlerinin uygulayacağı tüm stratejik spor pazarlaması süreçlerinin temelini oluşturur (Shank, 2004).

Sporcular yarışmaların tartışmasız en önemli öğeleridir. Ülkemizde ve dünyada yapılan spor organizasyonlarının devamlılığı, katılıma yani sporcuların varlığına bağlıdır. Organizasyonlara katılım gösteren sporcu sayısı zaman içerisinde organizasyonun tanınırlığına, popüleritesine, gelirine ve sonraki yıllarda varlığına direk etki etmektedir.

Bu çalışmada, uzun mesafe koşan yol yada patika koşucularının yarışma seçimlerine etki eden faktörlerin çeşitli demografik değişkenlerle ilişkisi incelenerek; ülkemizde son yıllarda sayıca ciddi oranda artmış olan koşu yarışı organizasyonlarına planlama ve pazarlama stratejilerini belirlemede yol gösterici olmak ve benzeri çalışmalara da kaynak teşkil etmek amaçlanmıştır. Yerli literatür incelendiğinde bireylerin spora katılım motivasyonu alanında sınırlı sayıda çalışma bulunurken, uluslararası literatürde ise spora ve özellikle maraton etkinliklerine katılım ile ilgili çok sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Ancak aktif sporcuların yarışmaya katılım tercihlerini etkileyen yani müsabaka seçerken hangi faktörleri gözönünde tutarak seçim yaptıklarına dair herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda bu araştırmanın ilk olma özelliği bakımından da ayrı bir önemi bulunmaktadır.

## **Yöntem**

Bu çalışmada, betimleyici araştırma yöntemlerinden biri olan genel tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modelleri; geçmişte varolmuş ya da hala var olan durumları olduğu gibi betimlemeye çalışmaktadırlar. Genel tarama modeli ise çok sayıda elemanın oluşturduğu evrende, evren hakkında genel bir yargıya ulaşmak için evrenin tümünden veya evrenden alınacak bir örneklem üzerinde yapılan tarama çalışmalarıdır (Karasar, 2014). Araştırmada kullanılan veriler anket yöntemi ile kesitsel olarak toplanmıştır.

### *Araştırma Grubu*

Bu çalışmaya, İstanbul ilinin çeşitli semtlerinde koşu antrenmanı yaparak uzun mesafe yol yada patika yarışlarına hazırlanan ve yılda en az 1 kez uzun mesafe yol yada patika yarışında mücadele etmiş; olasılığa dayalı olmayan kolayda örnekleme yöntemi ile ayırım yapılmaksızın anket çalışmasına katılmayı kabul eden 18 yaşını doldurmuş, %90'ı bireysel, %10'u kulüp sporcusu olan 366 erkek ile 192 kadından oluşan toplam 558 atlet katılmıştır.

### *Veri Toplama Araçları*

Veri toplama aracı oluşturulurken, ülkemizde yapılan koşu yarışı organizasyonlarında sağlanan imkanlar gözönüne alınarak; organizatör, uzun mesafe koşucu ve antrenörler ile görüşülmüş ve 25 sorudan oluşan bir madde havuzu geliştirilmiştir. Uzman incelemesinden sonra birbirini tekrar ettiği düşünülen 3 madde havuzdan çıkartılmıştır. Saha çalışmasına başlanmadan önce 22 maddeden oluşan "Müsabaka Seçim Ölçeği"nin geçerliliğini ve güvenilirliğini ölçmek için; 24 - 42 yaş aralığında olan ve uzun mesafe koşan 42'si kadın, 170'i erkek, toplam 212 sporcuya ön uygulama yapılmıştır. Bu ön çalışmanın sonucunda elde edilen verilerle ölçeğin

geçerliliğini belirlemek üzere faktör analizi uygulamasına geçilmiştir. Faktör analizi; birbirleriyle ilişkili olan veri setlerini, birbirinden bağımsız daha az sayıdaki yeni veri setlerine dönüştüren istatistik tekniklerden biridir (Ocakoğlu, 2019). Faktör analizinde faktörlelenebilirliğin incelenmesi için ön çalışma sonuçlarına; Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett's Küresellik uygulanmıştır.

KMO ölçümü 0 ile 1 arasında değişim göstermektedir. KMO, tatmin edici bir faktör analizi için örneklemin 0,500'den büyük olması gerekliliğini öngörürken; 0,800 - 0,899 aralığının çok iyi bir değer olduğu kabul edilir (Alpar, 2014).

Bartlett's küresellik testinde (Bartlett's Test of Sphericity) anlamlılık olarak ifade edilen p değerinin 0,05'ten küçük olması gerekmektedir. Bu durum sağlandığında korelasyon matrisinin özdeş bir matris olmadığı sonucuna ulaşılır. Eğer Bartlett's küresellik testinde anlamlılık  $p < 0,001$  ise çalışmaya sağlıklı bir biçimde devam edilir (Alpar, 2001). Buna göre Tablo 1'de hesaplanmış KMO=0,833 ve Bartlett's Küresellik Testi  $p=0,000$  değerleri faktör analizi için örneklem büyüklüğünün uygun olduğunu göstermektedir (Tablo 1).

**Tablo 1.** KMO ve Bartlett's Test sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örnekleme Uygunluk Ölçüsü		0,833
	Ki-kare ( $\chi^2$ )	1545,333
Bartlett's Küresellik Testi	Serbestlik derecesi (df)	190
	Anlamlılık (p)	0,000

Temel Bileşenler Analizi (PCA), değişkenlerin yapısal özelliklerini belirleyerek ölçekteki faktör sayısını ve faktörlerin değişkenliği açıklama oranını göstermektedir (Alpar, 2014). Temel Bileşenler Analizi sonucuna göre, ölçeğin 22 sorudan oluşan 3 faktörlü bir yapıda olduğu tespit edilmiştir. Birinci faktördeki 7 sorunun fiziksel çevre ile ilgili, ikinci faktördeki 12 sorunun yarışmanın çekiciliği ile ilgili, üçüncü faktördeki 3 sorunun ise sosyalleşme ortamı ile ilgili olduğu görülmüştür.

Temel Bileşenler Analizinde ölçeğin varyans açıklama oranları; fiziksel çevre alt boyutunda varyansın %32,29'u, yarışmanın çekiciliği alt boyutunda varyansın %25,51'i, sosyalleşme ortamı alt boyutunda varyansın %22,28'i şeklindedir. Ölçekte yer alan 22 maddenin tamamının ise toplam varyansın %80,08'ini açıkladığı tespit edilmiştir. Hesaplanan bu değerler ölçeğin yapı geçerliliğini sağladığını göstermektedir (Tablo 2).

**Tablo 2.** Temel Bileşenler Analizi (Açıklanan Toplam Varyans Oranları)

Bileşenler	Başlangıç Özdeğerleri			Yüklerin Karelerinin Toplamı		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	7,104	32,291	32,291	7,104	32,291	32,291
2	5,611	25,505	57,795	5,611	25,505	57,795
3	4,902	22,282	80,077	4,902	22,282	80,077
4	0,811	3,686	83,764			
5	0,454	2,064	85,827			
6	0,399	1,814	87,641			
7	0,365	1,659	89,300			
8	0,328	1,491	90,791			
9	0,297	1,350	92,141			

10	0,278	1,264	93,405
11	0,241	1,095	94,500
12	0,215	0,977	95,477
13	0,196	0,891	96,368
14	0,173	0,786	97,155
15	0,159	0,723	97,877
16	0,127	0,577	98,455
17	0,103	0,468	98,923
18	0,091	0,414	99,336
19	0,067	0,305	99,641
20	0,044	0,200	99,841
21	0,022	0,100	99,941
22	0,013	0,059	100,000

Ölçeğin güvenilirliği için hesaplanan Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı; fiziksel çevre alt boyutu için 0.888, yarışma çekiciliği alt boyutu için 0.918, sosyalleşme ortamı alt boyutu için 0.849 olarak bulunmuştur. Ölçeğin tamamı için iç tutarlılık katsayısı 0.892 olarak hesap edilmiştir. Bulunan bu değerler ölçekten elde edilen puanların güvenilir olduğunu göstermektedir.

Verilerin sağlıklı biçimde yorumlanabilmesi için müsabaka seçim ölçeğinin derecelendirme aralıkları 5'li olacak biçimde; çok az düzeyde etkili (1.00 - 1.80), az etkili (1.81 - 2.60), orta düzeyde etkili (2.61 - 3.40), çok etkili (3.41 - 4.20) ve çok fazla düzeyde etkili (4.21 - 5.00) şeklinde belirlenmiştir.

#### Verilerin Toplanması

Araştırmaya katılmak isteyen 600 sporcuya; 5 soruluk demografik değişkenleri içeren "Kişisel Bilgi Formu" ile 22 soru 3 alt boyuttan oluşan "Müsabaka Seçim Ölçeği" dağıtılmıştır. Geri toplanabilen ve geçerli şekilde doldurulan 558 anket değerlendirmeye alınmıştır.

#### Verilerin Analizi

Veri analizi sırasında öncelikli olarak çalışmanın normal dağılım gösterip göstermediğini test etmek için Kolmogorov-Smirnov (K-S) yöntemi kullanılmıştır. Bulunan p değeri 0,05'ten küçük olduğundan çalışma sonucunun normal dağılım göstermediği anlaşılmıştır. Normal dağılım göstermeyen çalışma verilerine, parametrik olmayan testlerden Kruskal Wallis H ve Mann Whitney U testleri uygulanmıştır (Ocakoğlu, 2019). İstatistiksel analiz için SPSS 20 programı kullanılmıştır.

## Bulgular

Çalışmaya katılan sporcuların demografik dağılımlarına ilişkin bilgiler Tablo 3'de yer almaktadır.

**Tablo 3.** Sporcuların demografik değişkenleri ile ilgili dağılım

Değişkenler	Alt Değişkenler	f	%
Cinsiyet	Erkek	366	65,6
	Kadın	192	34,4
Yaş	30 Yaş Altı	122	21,9
	30-39 Yaş	194	34,8



	40-49 Yaş	176	31,5
	50 ve Üstü	66	11,8
<b>Medeni Durum</b>	Bekar	360	64,5
	Evli	198	35,5
<b>Eğitim Durumu</b>	Orta	28	5,0
	Lise	100	17,9
	Ön Lisans	166	29,7
	Lisans	234	41,9
	Lisans Üstü	30	5,4
<b>Kulüp /Ferdî</b>	Bireysel	504	90,3
	Kulüplü	54	9,7
	<b>Toplam</b>	<b>558</b>	<b>100,0</b>

Tablo 3’de araştırmaya katılan sporcuların; %65,6’sının erkek, %34,4’ünün de kadın olduğu, bu sporcuların %21,9’unun 30 yaş altında, %34,8’inin 30-39 yaş arasında, %31,5’inin 40-49 yaşları arasında, %11,8’inin 50 yaş ve üstünde olduğu, medeni durumları ile ilgili dağılımın %64,5 ile bekar ve %35,5 ile evli şeklinde olduğu görülmektedir. Sporcuların eğitim durumu yönünden dağılımları %5’i orta okul, %17,9’u lise, %29,7’si ön lisans, %41,9’u lisans, %5,4’ü de lisans üstü düzeyinde olmuştur. Araştırmaya katılan sporcuların %90,3’ü bireysel, %9,7’sinin ise bir kulübe bağlı olarak yarışlara katıldığı görülmektedir.

Sporcuların müsabaka seçim ölçeğine verdiklerin yanıtlardan elde edilen bulgular, aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

**Tablo 4.** Sporcularda müsabaka seçimini etkileyen faktörlerin cinsiyet değişkenine göre ölçeğin genelinde ve alt boyutlarında farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney U Testi sonuçları

Boyutlar	Cinsiyet	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Fiziksel Çevre	Erkek	366	278,23	101833,50	34672,50	0,795
	Kadın	192	281,91	54127,50		
Yarışma Çekiciliği	Erkek	366	280,06	102500,50	34932,50	0,910
	Kadın	192	278,44	53460,50		
Sosyalleşme Ortamı	Erkek	366	279,96	102466,00	34967,00	0,923
	Kadın	192	278,62	53495,00		
Ölçek Geneli	Erkek	366	279,66	102354,00	35079,00	0,975
	Kadın	192	279,20	53607,00		

Sporcuların müsabaka seçimlerini etkileyen faktörlerin cinsiyete göre ölçeğin genelinde ve alt boyutlarında anlamlı bir farklılaşmaya sahip olup olmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney U testi sonucunda farkın istatistiksel olarak *anlamlı olmadığı* ( $p>0,05$ ) tespit edilmiştir (Tablo 4).

**Tablo 5.** Sporcularda müsabaka seçimini etkileyen faktörlerin medeni durum değişkenine göre ölçeğin genelinde ve alt boyutlarında farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney U Testi sonuçları

Boyutlar	Medeni Durum	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Fiziksel Çevre	Evli	198	286,26	56680,00	34301,00	0,455
	Bekar	360	275,78	99281,00		
Yarışma Çekiciliği	Evli	198	267,08	52881,00	33180,00	0,173
	Bekar	360	286,33	103080,00		

Sosyalleşme Ortamı	Evli	198	232,19	45973,00	26272,00	0,000
	Bekar	360	305,52	109988,00		
Ölçek Geneli	Evli	198	262,67	52008,00	32307,00	0,066
	Bekar	360	288,76	103953,00		

Sporcuların müsabaka seçimlerini etkileyen faktörlerin medeni duruma göre anlamlı bir farklılaşmaya sahip olup olmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney U testi sonucunda ölçeğin genelinde farkın istatistiksel olarak *anlamlı olmadığı* görülürken ( $p>0,05$ ); alt boyutlardan “sosyalleşme ortamında” farkın istatistiksel olarak *anlamlı olduğu* ( $p<0,05$ ) tespit edilmiştir (Tablo 5).

Bu testin bulgularına göre sosyalleşme ortamı alt boyutundaki anlamlı farkın *bekar* sporcular lehine olduğu ve müsabaka seçimi yaparken *bekar* sporcuların evli sporculara göre sosyalleşme ortamını daha yüksek düzeyde değerlendirdikleri belirlenmiştir. Sosyalleşme ortamı alt boyutundaki farkın detaylı analizi için ilgili alt boyuttaki maddeler medeni durum değişkenine göre Tablo 6’da Mann Whitney U testine tabi tutulmuştur.

**Tablo 6.** Sporcularda müsabaka seçimini etkileyen faktörlerin medeni durum değişkenine göre ölçeğin sosyalleşme ortamı alt boyutunda farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney U Testi sonuçları

Sosyalleşme Ortamı Alt Boyutu	Medeni Durum	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Arkadaş çevresinin etkisi	Evli	198	331,56	65649,00	25332,00	0,000
	Bekar	360	250,87	90312,00		
Koşu gruplarının etkisi	Evli	198	237,62	47049,00	27348,00	0,000
	Bekar	360	302,53	108912,00		
Sosyalleşme isteği	Evli	198	202,59	40113,00	20412,00	0,000
	Bekar	360	321,80	115848,00		

Sporcuların müsabaka seçimlerini etkileyen faktörlerin medeni durum demografik değişkenine göre sosyalleşme ortamı alt boyutundaki maddelerde anlamlı bir farklılaşmaya sahip olup olmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney U testi sonucunda farkın tüm maddelerde istatistiksel olarak *anlamlı olduğu* ( $p<0,05$ ) görülmüştür (Tablo 6).

Bu testin bulgularına göre sosyalleşme ortamı alt boyutunda yer alan maddelerdeki anlamlı farkın “arkadaş çevresinin etkisi” maddesinde *evli* sporcular lehine, “koşu gruplarının etkisi” ve “sosyalleşme isteği” maddelerinde ise *bekar* sporcular lehine olduğu belirlenmiştir.

Sporcuların müsabaka seçimlerini etkileyen faktörlerin yaşa göre ölçeğin genelinde ve alt boyutlarında anlamlı bir farklılaşmaya sahip olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H testi sonucunda farkın istatistiksel olarak *anlamlı olmadığı* ( $p>0,05$ ) tespit edilmiştir (Tablo 7).

**Tablo 7.** Sporcularda müsabaka seçimini etkileyen faktörlerin yaş değişkenine göre ölçeğin genelinde ve alt boyutlarında farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçları

Boyutlar	Yaş	N	Sıra Ortalaması	Sd	X <sup>2</sup>	p
----------	-----	---	-----------------	----	----------------	---

Fiziksel Çevre	30 Yaş Altı	122	301,27	3,00	4,604	0,203
	30-39 Yaş	194	264,59			
	40-49 Yaş	176	285,26			
	50 Yaş ve Üstü	66	267,73			
Yarışma Çekiciliği	30 Yaş Altı	122	262,68	3,00	5,550	0,136
	30-39 Yaş	194	298,44			
	40-49 Yaş	176	279,23			
	50 Yaş ve Üstü	66	255,62			
Sosyalleşme Ortamı	30 Yaş Altı	122	285,88	3,00	4,114	0,249
	30-39 Yaş	194	284,81			
	40-49 Yaş	176	261,17			
	50 Yaş ve Üstü	66	300,97			
Ölçek Geneli	30 Yaş Altı	122	272,90	3,00	1,281	0,734
	30-39 Yaş	194	289,42			
	40-49 Yaş	176	277,19			
	50 Yaş ve Üstü	66	268,70			

Sporcuların müsabaka seçimlerini etkileyen faktörlerin eğitim durumuna göre ölçeğin genelinde ve alt boyutlarında anlamlı bir farklılaşmaya sahip olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H testi sonucunda farkın istatistiksel olarak *anlamlı olmadığı* ( $p>0,05$ ) tespit edilmiştir (Tablo 8).

**Tablo 8.** Sporcularda müsabaka seçimin etkileyen faktörlerin eğitim durumu değişkenine göre ölçeğin genelinde ve alt boyutlarında farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçları

Boyutlar	Eğitim Durumu	N	Sıra Ortalaması	Sd	X <sup>2</sup>	p
Fiziksel Çevre	Orta Okul	28	273,36	4,00	8,567	0,073
	Lise	100	300,21			
	Ön Lisans	166	252,58			
	Lisans	234	292,82			
	Lisans Üstü	30	261,27			
Yarışma Çekiciliği	Orta Okul	28	304,11	4,00	3,200	0,525
	Lise	100	268,32			
	Ön Lisans	166	269,63			
	Lisans	234	290,44			
	Lisans Üstü	30	263,05			
Sosyalleşme Ortamı	Orta Okul	28	235,00	4,00	6,260	0,181
	Lise	100	255,73			
	Ön Lisans	166	282,91			
	Lisans	234	292,26			
	Lisans Üstü	30	281,83			
Ölçek Geneli	Orta Okul	28	280,14	4,00	3,698	0,448
	Lise	100	278,19			
	Ön Lisans	166	263,99			
	Lisans	234	293,37			
	Lisans Üstü	30	260,95			

Sporcuların müsabaka seçimlerini etkileyen faktörlerin ferdi sporcu veya kulüp sporcusu olma değişkenine göre anlamlı bir farklılaşmaya sahip olup olmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney U testi sonucunda ölçeğin genelinde ve alt boyutlarında farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu ( $p<0,05$ ) tespit edilmiştir (Tablo 9).

**Tablo 9.** Sporcularda müsabaka seçimini etkileyen faktörlerin ferdi sporcu veya kulüp sporcusu olma değişkenine göre ölçeğin genelinde ve alt boyutlarında farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney U Testi sonuçları

Boyutlar	Ferdi / Kulüp	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Fiziksel Çevre	Ferdi	504	274,26	138175,50	10915,50	0,015
	Kulüp	54	329,36	17785,50		
Yarışma Çekiciliği	Ferdi	504	301,96	152188,00	2288,00	0,000
	Kulüp	54	69,87	3773,00		
Sosyalleşme Ortamı	Ferdi	504	305,94	154192,00	284,00	0,000
	Kulüp	54	32,76	1769,00		
Ölçek Geneli	Ferdi	504	304,19	153311,50	1164,50	0,000
	Kulüp	54	49,06	2649,50		

Bu testin bulgularına göre anlamlı farkın yarışma çekiciliği ve sosyalleşme ortamı alt boyutları ile ölçek genelinde *ferdi* sporcular lehine, fiziksel çevre alt boyutunda ise *kulüp* sporcuları lehine olduğu tespit edilmiştir. Müsabaka seçimi yaparken *ferdi* sporcuların kulüp sporcularına göre yarışma çekiciliği ve sosyalleşme ortamını daha yüksek düzeyde değerlendirdikleri, *kulüp* sporcularının ise ferdi sporculara göre fiziksel çevreyi daha yüksek düzeyde değerlendirdikleri belirlenmiştir. Tüm alt boyutlardaki farkın detaylı analizi için her bir alt boyuttaki maddelere ferdi sporcu veya kulüp sporcusu olma değişkenine göre Tablo 10, Tablo 11 ve Tablo 12’de sonuçları gösterilen Mann Whitney U testi uygulanmıştır.

**Tablo 10.** Sporcularda müsabaka seçimini etkileyen faktörlerin ferdi sporcu veya kulüp sporcusu olma değişkenine göre ölçeğin fiziksel çevre alt boyutunda farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney U Testi sonuçları

Fiziksel Çevre Alt Boyutu	Ferdi / Kulüp	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Yarışma alanına kolay ulaşım sağlanabilmesi	Ferdi	504	283,14	142704,00	11772,00	0,057
	Kulüp	54	245,50	13257,00		
Ulaşım için araç desteği olması	Ferdi	504	259,34	130709,00	3449,00	0,000
	Kulüp	54	467,63	25252,00		
Yarışma bölgesinde konaklama imkanlarının yeterli olması	Ferdi	504	279,76	140998,00	13478,00	0,900
	Kulüp	54	277,09	14963,00		
Konaklama için destek sağlanması	Ferdi	504	261,20	131647,00	4387,00	0,000
	Kulüp	54	450,26	24314,00		
Yarışma parkurunun özellikleri	Ferdi	504	287,64	144972,00	9504,00	0,000
	Kulüp	54	203,50	10989,00		
Yarışma dönemindeki hava şartları	Ferdi	504	295,19	148776,00	4326,50	0,000
	Kulüp	54	133,06	7185,00		
Yarışmanın yapılacağı yer (il - ilçe - kasaba - köy - vb)	Ferdi	504	283,66	142966,00	11510,00	0,024
	Kulüp	54	240,65	12995,00		

Sporcuların müsabaka seçimlerini etkileyen faktörlerin ferdi sporcu veya kulüp sporcusu olma demografik değişkenine göre fiziksel çevre alt boyutundaki maddelerde anlamlı bir farklılaşmaya sahip olup olmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney U testi sonucunda farkın, “yarışma alanına kolay ulaşım sağlanması” ve “yarışma bölgesinde konaklama imkanlarının yeterli olması” maddelerinde istatistiksel olarak *anlamlı*

olmadığı ( $p>0,05$ ); “ulaşım için araç desteği olması”, “konaklama için destek sağlanması”, “yarişma parkurunun özellikleri”, “yarişma dönemindeki hava şartları” ve “yarişmanın yapılacağı yer” maddelerinde ise istatistiksel olarak *anlamli olduğu* ( $p<0,05$ ) tespit edilmiştir (Tablo 10).

Bu testin bulgularına göre fiziksel çevre alt boyutunda yer alan maddelerdeki anlamlı farkın “ulaşım için araç desteği olması” ve “konaklama için destek sağlanması” maddelerinde *kulüp* sporcular lehine; “yarişma parkurunun özellikleri”, “yarişma dönemindeki hava şartları” ve “yarişmanın yapılacağı yer” maddelerinde ise *ferdi* sporcular lehine olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 11.** Sporcularda müsabaka seçimini etkileyen ferdi sporcu veya kulüp sporcusu olma değişkenine göre ölçeğin yarişma çekiciliği alt boyutunda farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney U Testi sonuçları

Yarişma Çekiciliği Alt Boyutu	Ferdi / Kulüp	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Yarişma organizatörünün bilinirliği	Ferdi	504	287,21	144756,00	9720,00	0,000
	Kulüp	54	207,50	11205,00		
Yarişmanın popülaritesi	Ferdi	504	285,90	144096,00	10380,00	0,000
	Kulüp	54	219,72	11865,00		
Yarişma sponsorlarının tanınırlılığı	Ferdi	504	280,21	141228,00	13248,00	0,625
	Kulüp	54	272,83	14733,00		
Yarişma kitinin içeriği	Ferdi	504	297,94	150160,00	4316,00	0,000
	Kulüp	54	107,43	5801,00		
Yarişma öncesi ve sonrasındaki fizyoterapi-bantlama-masaj hizmetleri	Ferdi	504	296,64	149508,00	4968,00	0,000
	Kulüp	54	119,50	6453,00		
Yarişmanın kayıt ücretleri	Ferdi	504	298,50	150444,00	4032,00	0,000
	Kulüp	54	102,17	5517,00		
Yarişmada dağıtılacak klasman ödülleri	Ferdi	504	257,64	129852,00	2592,00	0,000
	Kulüp	54	483,50	26109,00		
Yarişmaya önceki yıllarda katılmış olmak	Ferdi	504	289,62	145968,00	8508,00	0,000
	Kulüp	54	185,06	9993,00		
Yarişmaya katılacak kayıtlı sporcu sayısı	Ferdi	504	280,96	141606,00	12870,00	0,496
	Kulüp	54	265,83	14355,00		
Yarişmanın düzeyi (ulusal - uluslararası)	Ferdi	504	257,06	129556,00	2296,00	0,000
	Kulüp	54	488,98	26405,00		
Organizasyon boyunca dağıtılacak ikramların çeşitliliği	Ferdi	504	300,63	151517,00	2959,00	0,000
	Kulüp	54	82,30	4444,00		
Yarişma sonrası yapılacak eğlence - parti organizasyonu	Ferdi	504	299,02	150706,00	3770,00	0,000
	Kulüp	54	97,31	5255,00		

Sporcuların müsabaka seçimlerini etkileyen faktörlerin ferdi sporcu veya kulüp sporcusu olma demografik değişkenine göre yarişma çekiciliği alt boyutundaki maddelerde anlamlı bir farklılaşmaya sahip olup olmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney U testi sonucunda farkın, “yarişma sponsorlarının tanınırlılığı” ve “yarişmaya katılacak kayıtlı sporcu sayısı” maddelerinde istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ( $p>0,05$ ); “yarişma organizatörünün bilinirliği”, “yarişmanın popülaritesi”, “yarişma kitinin içeriği”, “yarişma öncesi ve sonrasındaki fizyoterapi-bantlama-masaj hizmetleri”, “yarişmaya önceki yıllarda katılmış olmak”, “yarişmanın kayıt ücretleri”, “yarişmada dağıtılacak klasman ödülleri”, “yarişmanın düzeyi”, “organizasyon boyunca dağıtılacak ikramların çeşitliliği” ve “yarişma sonrası yapılacak eğlence-parti organizasyonu” maddelerinde ise istatistiksel olarak anlamlı olduğu ( $p<0,05$ ) tespit edilmiştir (Tablo 11).

Bu testin bulgularına göre yarışma çekiciliği alt boyutunda yer alan maddelerdeki anlamlı farkın “yarışmada dağıtılacak klasman ödülleri” ve “yarışmanın düzeyi” maddelerinde kulüp sporcular lehine; “yarışma organizatörünün bilinirliği”, “yarışmanın popülaritesi”, “yarışma kitinin içeriği”, “yarışma öncesi ve sonrasındaki fizyoterapi-bantlama-masaj hizmetleri”, “yarışmaya önceki yıllarda katılmış olmak”, “yarışmanın kayıt ücretleri”, “organizasyon boyunca dağıtılacak ikramların çeşitliliği” ve “yarışma sonrası yapılacak eğlence-parti organizasyonu” maddelerinde ise ferdi sporcular lehine olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 12.** Sporcularda müsabaka seçimini etkileyen faktörlerin ferdi sporcu veya kulüp sporcusu olma değişkenine göre ölçeğin sosyalleşme ortamı alt boyutunda farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney U Testi sonuçları

Sosyalleşme Ortamı Alt Boyutu	Ferdi / Kulüp	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Arkadaş çevresinin etkisi	Ferdi	504	305,33	153886,00	590,00	0,000
	Kulüp	54	38,43	2075,00		
Koşu gruplarının etkisi	Ferdi	504	300,89	151650,00	2860,00	0,000
	Kulüp	54	79,83	4311,00		
Sosyalleşme imkanı	Ferdi	504	293,86	148107,00	6369,00	0,000
	Kulüp	54	145,44	7854,00		

Sporcuların müsabaka seçimlerini etkileyen faktörlerin ferdi sporcu veya kulüp sporcusu olma demografik değişkenine göre sosyalleşme ortamı alt boyutundaki maddelerde anlamlı bir farklılaşmaya sahip olup olmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney U testi sonucunda farkın tüm maddelerde istatistiksel olarak anlamlı olduğu ( $p<0,05$ ) görülmüştür (Tablo 12).

Bu testin bulgularına göre sosyalleşme ortamı alt boyutunda yer alan maddelerdeki anlamlı farkın tüm maddelerde ferdi sporcular lehine olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 13:** Sporcuların müsabaka seçim ölçeğine verdikleri yanıtların Ortalama ve Standart Sapma değerleri

No	Müsabaka Seçim Ölçeği	N	$\bar{X}$	Ss
1	Yarışma alanına kolay ulaşım sağlanabilmesi	558	2,57	0,496
2	Ulaşım için araç desteği olması	558	3,01	0,710
3	Yarışma bölgesinde konaklama imkanlarının yeterli olması	558	2,71	0,479
4	Konaklama için destek sağlanması	558	3,07	0,428
5	Yarışma parkurunun özellikleri	558	3,27	0,446
6	Yarışma dönemindeki hava şartları	558	2,85	0,631
7	Yarışmanın yapılacağı yer (il - ilçe - kasaba - köy - vb)	558	2,42	0,638
8	Yarışma organizatörünün bilinirliği	558	3,28	0,486
9	Yarışmanın popülaritesi	558	4,25	0,458
10	Yarışma sponsorlarının tanınırlılığı	558	3,17	0,378
11	Yarışma kitinin içeriği	558	3,63	0,546
12	Yarışma öncesi ve sonrasındaki fizyoterapi - bantlama - masaj hizmetleri	558	3,57	0,495
13	Yarışmanın kayıt ücretleri	558	3,42	0,581
14	Yarışmada dağıtılacak klasman ödülleri	558	4,27	0,444
15	Yarışmaya önceki yıllarda katılmış olmak	558	3,21	0,515
16	Yarışmaya katılacak kayıtlı sporcusu sayısı	558	2,65	0,665
17	Yarışmanın düzeyi (ulusal - uluslararası)	558	3,26	0,477
18	Organizasyon boyunca dağıtılacak ikramların çeşitliliği	558	3,84	0,579
19	Yarışma sonrası yapılacak eğlence - parti organizasyonu	558	3,67	0,533
20	Arkadaş çevresinin etkisi	558	4,29	0,670
21	Koşu gruplarının etkisi	558	3,11	0,627
22	Sosyalleşme imkanı	558	3,09	0,627

Tablo 13'deki veriler dikkate alındığında; sporcuların müsabaka seçimini etkileyen faktörleri değerlendirme düzeyine göre çok fazla düzeyde etkili olarak nitelendirdikleri ilk üç ifade sırasıyla "arkadaş çevresinin etkisi" ( $\bar{x}=4,29$ ), "yarışmada dağıtılacak klasman ödülleri" ( $\bar{x}=4,27$ ) ve "yarışmanın popüleritesi" ( $\bar{x}=4,25$ ) şeklindedir. Sporcular tarafından çok az düzeyde etkili olarak değerlendirilen ifadeler ise "yarışmanın yapılacağı yer" ( $\bar{x}=2,42$ ) ve "yarışma alanına kolay ulaşım sağlanabilmesi" ( $\bar{x}=2,57$ ) şeklindedir. Sporcuların müsabaka seçimini etkileyen faktörleri değerlendirme düzeylerinin genel aritmetik ortalaması ( $\bar{x}=3,30$ ) orta düzeyde etkili bulunmuştur.

## **Tartışma**

Araştırmaya katılan sporcuların müsabaka seçimlerini etkileyen faktörler, cinsiyete göre ölçeğin genelinde ve alt boyutlarında anlamlı farklılık göstermemiştir. Dyke ve arkadaşları (2017), Belçika'da koşu yarışlarına katılanların sosyo-demografik ve psikolojik faktörlerini inceledikleri çalışmalarında, cinsiyet değişkeninin müsabakalara katılım kararında etkili olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Aynı şekilde Koronios ve arkadaşları (2016), maratona katılma kararı alan koşucularla ilgili araştırmalarında cinsiyetin önemli bir etkiye sahip olmadığını görüşüne varmışlardır.

Araştırmaya katılan sporcuların müsabaka seçimlerini etkileyen faktörler, medeni duruma göre ölçeğin genelinde anlamlı fark göstermezken; alt boyutlardan sosyalleşme ortamında ise farkın anlamlı olduğu görülmüştür. Sosyalleşme ortamı alt boyutu detaylı incelendiğinde bekar sporcuların müsabaka seçimi yaparken yarışa kayıtlı olan koşu gruplarını dikkate alarak karar verdiği, evli sporcuların ise arkadaş çevresinden etkilenecek yarış seçimi yaptıkları tespit edilmiştir. Atlas ve arkadaşları (2018), Malezya'daki koşucuların maratona katılımına etki eden faktörlerle ilgili araştırmalarında koşucuların yeni insanlarla tanışma ve mevcut arkadaş çevrelerini genişleterek koşucular arasındaki sosyal çevrelerini artırma nedenlerine sahip olduklarını ortaya koymuştur. Hammer ve Podlog (2016), maratona katılan koşucular üzerine yaptıkları çalışmalarında evli olmayanların başarı, sağlık ve sosyal açıdan motive olarak yarıştıklarını; evlilerin ise kendileri ile aynı özel zevklere sahip olan arkadaşları ile biraraya gelme niyetiyle yarıştıklarını tespit etmişlerdir.

Araştırmaya katılan sporcuların müsabaka seçimlerini etkileyen faktörlerin, yaş ve eğitim durumuna göre ölçeğin genelinde ve alt boyutlarında anlamlı bir farklılaşmaya sahip olmadığı görülmüştür.

Araştırmaya katılan sporcuların müsabaka seçimlerini etkileyen faktörler, ferdi sporcu veya kulüp sporcusu olma durumuna göre ölçeğin genelinde ve alt boyutlarında anlamlı farklılık göstermiştir. Müsabaka seçimi yaparken ferdi sporcuların kulüp sporcularına göre yarışma çekiciliği ve sosyalleşme ortamını daha yüksek düzeyde değerlendirerek dikkate aldıkları, kulüp sporcularının ise ferdi sporculara göre fiziksel çevreyi daha yüksek düzeyde değerlendirdikleri belirlenmiştir. Buna göre:

- Fiziksel çevre alt boyutunda kulüp sporcularının, ulaşım için araç desteği olması ve konaklama için destek sağlanması maddelerini; ferdi

sporcularınsa yarışma parkurunun özellikleri, yarışma dönemindeki hava şartları ve yarışmanın yapılacağı yer maddelerini daha çok gözönünde tuttuğu,

- Yarışma çekiciliği alt boyutunda klüp sporcularının, yarışmada dağıtılacak klasman ödülleri ve yarışmanın düzeyi maddelerini; ferdi sporcularınsa yarışma organizatörünün bilinirliği, yarışmanın popülaritesi, yarışma kitinin içeriği, yarışma öncesi ve sonrasındaki fizyoterapi-bantlama-masaj hizmetleri, yarışmaya önceki yıllarda katılmış olmak, yarışmanın kayıt ücretleri, organizasyon boyunca dağıtılacak ikramların çeşitliliği ve yarışma sonrası yapılacak eğlence-parti organizasyonu maddelerini dikkate aldığı,
- Sosyalleşme ortamı alt boyutunda klüp sporcularını müsabaka seçiminde etkileyen madde bulunmazken, arkadaş çevresinin etkisi, koşu gruplarını etkisi ve sosyalleşme imkanı maddelerinin ferdi sporcuların yarış seçiminde etkili olduğu anlaşılmaktadır.

Atlas ve arkadaşları (2018), Malezya'daki koşucuların maratona katılımına etki eden faktörlerle ilgili araştırmalarında; rekreatif amaçlı katılım sağlayan amatör-bireysel koşucuların, yarışmanın yapılacağı yerin neresi olduğunu, bölgenin kültürel-doğal-gastronomi özelliklerini, organizasyonda dağıtılacak promosyonel ürünlerin çeşitliliğini, organizasyonun sponsorlarını, organizasyonda arttıracakları sosyal çevrelerini düşünerek katılım kararı verdiklerini ortaya koymuştur. Aynı çalışmada, daha ileri seviyede olan ve profesyonel olarak yarışmalara katılan sporcular için ise organizasyonun dağıtacağı başarı ödülleri ile sponsor bulma olanaklarının öne çıktığını tespit etmişlerdir.

Bu araştırmaya katılan sporcuların müsabaka seçim ölçeği maddelerine verdikleri cevapların aritmetik ortalamalarına göre, çok fazla düzeyde etkili olarak nitelendirdikleri ilk üç ifade sırasıyla arkadaş çevresinin etkisi, yarışmada dağıtılacak klasman ödülleri ve yarışmanın popülaritesi şeklindedir. Sporcular tarafından müsabaka seçiminde çok az düzeyde etkili olarak değerlendirilen ifadeler ise yarışmanın yapılacağı yer ve yarışma alanına kolay ulaşım sağlanabilmesi şeklindedir. Ölçeğin genel aritmetik ortalaması orta düzeyde etkili bulunmuştur. Koronios ve arkadaşları (2016), maratona katılma kararı alan koşucularla ilgili araştırmalarında katılım kararında organizasyonun çekiciliğinin ve yarışmanın yapılacağı yerin özelliklerinin etkili olduğunu tespit etmişlerdir. Aicher ve arkadaşları (2018), koşu etkinliklerindeki tüketici davranışlarını analiz ettikleri çalışmalarında; koşu etkinliği seçiminde etkinliğin imajı ve itibarı ile sporculara verilen hizmetlerin etkili olduğunu söylemişlerdir. Boonsiritomachai ve Phonthanukitithaworn (2018), maraton koşucularına yönelik gerçekleştirdikleri yarış yerinin özelliği ve çekiciliği başlıklı çalışmalarında, koşucuların; yarışma öncesi ısınma egzersizleri, yarışma sonrası fizyoterapi desteği, ödül töreni planlaması ve maraton etkinliği boyunca ikram edilen yemekler gibi konuları dikkate aldıkları, başka bir deyişle atletlerin sadece yarışı değil, aynı zamanda etkinlik sırasında sağlanan diğer ek aktiviteleri de göz önüne alarak bu alanda seçici olduklarını ortaya koymuşlardır. Jogaratnam ve Kim (2015),



Amerika'daki bir maraton etkinliğinde gerçekleştirdikleri katılımcıların etkinlik ile ilgili algıları ve gelecekteki planlı davranışları konulu çalışmalarında; yarışmanın yapılacağı yerin ulaşım kolaylığı, uzaktan gelenler için konaklama olanağı, yakın mesafeden gelenler için ise park alanı imkanı, parkurun özelliği, izleyici desteğinin varlığı gibi faktörlerin etkili olduğunu, yarış sonrası parti ya da eğlence yapılmasının ise etkisiz olduğunu tespit etmişlerdir. Ancak araştırmacılar eğlence ya da parti yapılması seçeneğini göz ardı etmemek gerektiğini, koşucuların maratona odaklanarak (seçilen maratonun çoğunlukla hedefi olan koşucular ile yarı profesyonel katılımcılar tarafından tercih ediliyor olması) bu maddeyi ikinci plana attıkları düşüncesini savunmuşlardır. Wu ve Liu (2017), Taiwan'da gerçekleşen yol koşularına katılan sporcularla ilgili yaptıkları çalışmalarında, sporcuların organizasyonun imajı, yarış yeri ve önceki yıllarda aynı etkinliğe katılmış olmanın tercih sebeplerinden olduğunu belirtmişlerdir. Newland ve Aicher (2018), spor katılımcılarının etkinlik seçimi konulu araştırmalarında, katılımcıların yarış yeri, ulaşım kolaylığı, yarışa katılım maliyeti, yarışma düzeyi, organizasyonun bilinirliği, dağıtılan ödüller ve yarış kiti içeriğini kriter olarak göz önünde tuttıklarını tespit etmişlerdir.

## **Sonuç ve Öneriler**

Sonuç olarak; koşu ile ilgilenen sporcuların yarış seçimini etkileyen faktörlerin incelenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada katılımcıların cinsiyet, yaş ve eğitim durumunun müsabaka seçim kriterleri üzerinde etkili olmadığı; medeni durum ve ferdi sporcu ya da kulüp sporcusu olmalarının ise müsabaka seçim kriterleri üzerinde etkili olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Koşucuların; arkadaş çevresinin etkisi, yarışmada dağıtılacak klasman ödülleri, yarışmanın popüleritesi, organizasyon boyunca dağıtılacak ikramların çeşitliliği, yarışma sonrası yapılacak eğlence-parti organizasyonu, yarışma kitinin içeriği, yarışma öncesi ve sonrasındaki fizyoterapi-bantlama-masaj hizmetleri ve yarışmanın kayıt ücretleri konularını öncelikli olarak dikkate aldıkları ve yarış seçerken bu kriterleri göz önünde tuttıkları anlaşılmıştır.

Yarışma organizasyonlarının katılımcılar tarafından tercih edilir konumda olması onların varlıklarını sürdürmesinin temel koşullarından biridir. Tercih edilirliliği fazla olan bir etkinlik; artan katılımcı sayısına, yüksek organizasyon gelirine, nitelik ve nicelik bakımından değerli sponsorlara ve popüler bir yarış ortamına sahip demektir. Koşucuların yarış seçimini etkileyen faktörlerin incelendiği bu araştırmada, tespit edilen bulgular ışığında etkinlik organizasyonlarına aşağıdaki bazı önerilerde bulunulmuştur.

- Ulaşım imkanlarının kolay ve konaklama alternatiflerinin yeterli olması,
- Katılım bedelinin uygun seviyede tutulması,
- Yarışma kitinin içerik bakımından zengin olması,
- Yarışma öncesi ve sonrası profesyonel fizyoterapi (ısınma, soğuma egzersizleri, kinesyolojik bantlama, masaj hizmetleri) desteğinin sağlanması,
- Etkinlik süresince dağıtımı yapılacak ikram ve promosyonel ürünlerin çeşitlilik arz etmesi,

- Dereceye girenlere verilecek klasman ödülllerinin tatmin edici düzeyde olması,
- Yarışma sonrası yapılacak eğlence-parti organizasyonun tasarlanmış olması.

**Yazışma Adresi (Corresponding Address):**

Orçun OCAKOĞLU

Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi

E-posta: orcunocakoglu@marun.edu.tr

## Kaynaklar

1. **Aicher, T.J., Simmons, J. ve Cintron, A.** (2018). An analysis of running event consumer behaviors. *Journal of Applied Sport Management*, 10(2), 26-35. [Erişim adresi: <https://doi.org/10.18666/JASM-2018-V10-I2-8836>].
2. **Alpar, R.** (2014). *Uygulamalı istatistik ve geçerlik-güvenirlilik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
3. **Alpar, R.** (2001). *Spor bilimlerinde uygulamalı istatistik*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
4. **Atlas, R., Putit, N., Atan, P., Puem, L.B.G. ve Enggong, T.S.** (2018). Sports tourism: Factors influencing runners joining marathon events. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(16), 218-230. [Erişim adresi: <https://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v8-i16/5129>].
5. **Aycan, A., Polat, E. ve Uçan, Y.** (2009). Takım özdeşleşme düzeyi ile profesyonel futbol müsabakalarına seyirci olarak katılım kararını etkileyen değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 7(4), 169-174. [Erişim adresi: [https://doi.org/10.1501/Sporm\\_0000000167](https://doi.org/10.1501/Sporm_0000000167)].
6. **Boonsiritomachai, W. ve Phonthanukithaworn, C.** (2018). Destination attributes that attract marathon runners: A case study of the Bangsaen21 half marathon. *Modern Management Journal*, (16)1, 251-262. [Erişim adresi: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21010.09922>].
7. **Dyke, D., Cardon, G., Bourdeaudhuij, I., Ridder, L. ve Willem, A.** (2017). Who participates in running events. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(11), 1315. [Erişim adresi: <https://doi.org/10.3390/ijerph14111315>].
8. **Hammer, C. ve Podlog, L.** (2016). *Motivation and marathon running*. Switzerland: Cham Springer International Publishing.
9. **Jogaratnam, G. ve Kim, K.** (2015). Participant perceptions of a sport event, destination competitiveness and intended future behavior: The case of the Thunder road marathon in North Carolina. *Tourism Review International*, 19(3), 133-145. [Erişim adresi: <https://doi.org/10.3727/154427215X14430967453634>].
10. **Karasar, N.** (2014). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Kitap.
11. **Koronios, K., Psiloutsilou, M. ve Kriemadis, A.** (2016). Motivation factors for marathon runners: Evidence from a semi marathon event. *4th International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM)*, 621-625. [Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/308544428>].
12. **Newland, B.L. ve Aicher, T.J.** (2018). Exploring sport participants' event and destination choices. *Journal of Sport & Tourism*, 22(2), 131-149. [Erişim adresi: <https://doi.org/10.1080/14775085.2018.1436464>].

13. **Ocakoğlu, O.** (2019). Sporda risk ynetimi: Bodrun ultra maratonu rneği. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 113-123. [Erişim adresi: <https://doi.org/10.25307/jssr.568825>].
14. **Shank, M D.** (2004). *Sport marketing: A strategic perspective*. New Jersey, USA: Prentice Hall.
15. **Trenberth, L. ve Garland, R.** (2007). *Sport and consumer buying behavior*. New Jersey, USA: Prentice Hall.
16. **Wu, M.H. ve Liu, C.C.** (2017). The influences of motivations, past experiences, destination image, event image, satisfaction and intentions on participation in Taiwan road running events. *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, 13(1), 26-38. [Erişim adresi: <http://www.hraljournal.com/Page/4%20Ming-Hsien%20Wu.pdf>].

# Türkiye Futbol Federasyonu Mali Verilerinin Amatör Futbolun Finansmanı Açısından Analizi

**Mehmet KOÇDEMİR**

Hazine ve Maliye Bakanlığı

Araştırma Makalesi

**Öz**

*Profesyonel futbolun ana amaçlarından biri kâr iken amatör futbolda sosyal amaç daha önemlidir. Bütün dünyada olduğu gibi Türkiye’de de amatör futbol, bu sosyal amaç doğrultusunda, futbolun yaygınlaştırılmasına daha fazla hizmet eder. Bu itibarla amatör futbol genel olarak kamu otoriteleri tarafından finansal olarak desteklenir. Türkiye Futbol Federasyonu amatör sporun varlığını sürdürmesi için en önemli kamu otoritelerinden biridir. Dolayısıyla Federasyonca amatör futbol daha fazla desteklenmek isteniyorsa, amatör futboldan elde edilen gelirler ile bu alandaki harcamaların dönüştürülmesi gerekir. Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı, son beş dönem mali tablolarının analizi yoluyla, Federasyonun, finansal açıdan, amatör futbolu yeterli ölçüde destekleyip desteklemediğini açıklamaya çalışmaktır.*

**Anahtar sözcükler:** Amatör futbol, Türkiye Futbol Federasyonu, Mali analiz

---

Geliş Tarihi/Received: 25.11.2019

Kabul Tarihi/Accepted: 31.1.2020

## Analysis of Financial Data of Turkey Football Federation in terms of Financing of Amateur Football

### Abstract

*While one of the main goals of professional football is profit, social goal is more important in amateur football. As the whole world amateur football in Turkey, in line with the social objectives, the more services to the dissemination of football. In this respect, amateur football is generally supported financially by public authorities. Turkey Football Federation is one of the most important public authorities to maintain the existence of amateur sports. Therefore, if amateur football is desired to be supported more by the Federation, it is necessary that the income obtained from amateur football and the expenses in this field is converted. In this context, the aim of this study is to analyze whether or not the Federation can adequately support amateur football financially by analysing of the financial statements of the last five terms.*

**Keywords:** *Amateur football, Turkish Football Federation, Financial analysis*

### Giriş

Günümüzde futbol bir spor faaliyeti olmanın ötesinde bir ekonomik iş alanına dönüşmüş ve sürekli büyüyen bir endüstri haline gelmiştir. Ancak bu değerlendirme amatör futboldan ziyade profesyonel futbol için geçerlidir. Profesyonel futbol, hedefi kar elde etmek olan bir ticari faaliyettir ve profesyonel futbol kulüpleri marka değerlerini koruma ve geliştirme çabasındadır.

Sporcu ve kulüp sayıları bakımından, profesyonel futbolun çok üzerinde bir kapasiteye sahip olan amatör futbol ise sporun yaygınlaşmasına hizmet etmede önemli bir rol oynamasına karşın, kar amacı gütmeyen ve sosyal bir alanda faaliyet göstermesi nedeniyle, sürdürülebilir finansal kapasite yaratma olanağı sınırlıdır. Bu sebeple amatör futbol için kamu otoritelerinin desteği çoğu ülkede temel finansal araçlardan biri konumundadır.

Bu çalışma, özellikle yakın dönemde, bir kamu otoritesi<sup>1</sup> olan Türkiye Futbol Federasyonu'nun amatör futbol mali açıdan yeterince desteklemediğini iddia ediyor. Bu iddia, bir yandan Federasyon'un amatör futbol gelir ve giderlerinin yıllar itibarıyla analizi, bir yandan da amatör ve profesyonel futbola Federasyon'ca sağlanan mali desteğin karşılaştırılması yoluyla açıklanmaya çalışılacaktır.

### Literatür Bilgisi

Futbol eski bir sportif aktivite olmasına rağmen, futbolun ekonomisinin ortaya çıkışı nispeten yenidir. Dolayısıyla futbolun ekonomisi ile ilgili çalışmalar da oldukça yenidir. Zira takım sporları konusundaki akademik çalışmaların dahi ancak 1950'lerin ortalarına kadar uzandığı değerlendirilmektedir (Dobson, Goddard, 2001, s. 1).

Togler, futbolu bir iş olarak ilk değerlendirenin ve ekonomik yönünü analiz edenin, 1970'lerde Sloane olduğunu paylaşmaktadır (aktaran Karpavicius ve Jucevicius, 2009, s.

<sup>1</sup> Genel kamuya hizmet eden özelliği olması bakımından kullanılmıştır.

86). Sloane'den daha sonra da bu alanda birçok eser verilmiştir (Örneğin; Szymanski ve Kuypers, 1999; Dobson ve Goddard, 2001; Akşar ve Melih, 2006; Chadwick ve diğerleri, 2018). Benzer şekilde, Karpavicius ve Jucevicius da futbolun bir iş sistemi olarak yapısal çerçevesine odaklanmış, bu iş modelindeki gelirleri ve harcamaları aktörler arası ilişkiler çerçevesinde analiz etmiştir (Karpavicius ve Jucevicius, 2009, s. 89-91).

Futbol ekonomisi büyüdükçe, bu pazarın ekonomik boyutlarını bölgesel düzeyde değerlendiren çalışmalar (Güngör, 2014; Barnard ve diğerleri, 2019) yanında, ülke düzeyinde futbolun finansmanını ve ekonomisini konu alan araştırmalar da (Qorbanı ve diğerleri, 2012; Aktifbank 2016; Büyükbakkal, 2016), yapılmış, bunların bazıları periyodik analizler şeklinde yayınlanmaya başlamıştır (Barnard ve diğerleri, 2019).

Ancak futbol ekonomisi ve futbolun finansmanından söz edildiğinde, akla daha ziyade profesyonel futbol gelmektedir. Nitekim profesyonel spor ile karşılaştırıldığında, amatör spor konusunda literatürde oldukça sınırlı araştırma olduğu söylenebilir (Barget, Chavinier-Rela, 2017, s. 7). Colette ve Pigé göre, bunun nedeni, amatör sporun kar amacından ziyade sosyal amacı ağır basan bir alanda faaliyet göstermesidir (aktaran Barget, Chavinier-Rela, 2017, s. 8).

Barget ve Chavinier-Rela, amatör spor kulüplerinin finansmanı konusunda özellikle Avrupa ülkelerini merkezine alan araştırmalar yapmışlar, spor kulüplerinin gelirlerinin kaynaklarını analiz etmişlerdir. Amatör sporun çoğunlukla kamu kaynakları ile desteklendiğini ortaya koyan çalışmalar da yapılmıştır. Bu bağlamda, Defourny ve Laville tarafından yapılan çalışmada, bazı ülkelerin gelir verilerine yer verilmiş, örneğin, Fransa'da gelirlerin yaklaşık %24,7'sinin kamu tarafından sübvansede edildiği (aktaran Barget ve Chavinier-Rela, 2017, s. 9), Bednarik ve diğerleri tarafından yapılan çalışmalarda ise Slovenya'da kamu otoritelerince sağlanan desteğin %11,2'ler dolayında olduğu (aktaran Barget ve Chavinier-Rela, 2017, s. 9) yani ülkelerin, kulüplerin vb. homojen olmayan yapıları nedeniyle, kesin veriler ortaya koymanın güç olduğu değerlendirilmiştir (Barget ve Chavinier-Rela, 2017, s. 9).

Terekli ve Çobanoğlu'nun odağına Türkiye'yi alan ve futbolun gelişen ekonomik değerini, Futbol Federasyonu mali verileri üzerinden gerçekleştiren araştırması, futbolun mevcut idari ve örgütsel yapısının, ekonomik ve finansal performansı en üst seviyeye taşıyacak şekilde yapılandırılmadığını ortaya koymuştur (Terekli ve Çobanoğlu, 2018, s. 13).

Orta ve Korkmaz ise futbolun mali yapısı ile ilgili analizler yaptığı araştırmasında, Türkiye Futbol Federasyonu gelir ve giderlerini 2008-2009 ve 2009-2010 dönemleri itibarıyla analiz etmiş ve bu dönemlerde anlamlı bir gelişme ve artış bulunmadığını gözlemlemişlerdir. Araştırma aynı zamanda dört büyük kulübün gelirleri arasındaki ilişkiyi de incelemiş ve kulüplerin 2010-2011 sezonu için benzer gelir seviyesinde olduklarını ortaya koymuştur (Orta, Korkmaz, 2012, s. 12).

Türkiye üzerine bir başka çalışmada, Erturan-Öğüt ve Şahin, amatör spor kulüplerinin sorunlarını araştırmış, temel sorunlar arasında, gelir oluşturamama, yeterli

destek ve yardım alamama, giderlerdeki artış, malzeme, tesis ve ulaşım için kaynak oluşturamama gibi ana sorunları kavrayan finansal sorunların, amatör sporun temel sorunlarından biri olduğunu ortaya koymuştur (Erturan-Öğüt, Şahin, 2017, s. 104).

#### *Türkiye Futbol Federasyonunun Amatör Futbol Bağlamındaki Görev ve Sorumlulukları*

Türkiye Futbol Federasyonunun görevleri 5.5.2009 tarih ve 5894 sayılı Kanun ile düzenlenmiştir. Kanunun 3 üncü maddesinde, Federasyon'un görevleri tanımlanmıştır. Bu görevler arasında, finansal olarak amatör sporun doğrudan ya da dolaylı olarak desteklenmesi ile ilişkili olduğu değerlendirilebilecek görevler aşağıdaki gibidir;

- Türkiye'deki her türlü futbol faaliyetini yürütmek, düzenlemek ve denetlemek,
- Futbolun gelişmesini ve yurt sathına yayılmasını sağlamak,
- Yurt içi ve yurt dışı futbol faaliyetleri için plan, program, benzeri her türlü düzenlemeyi ve anlaşmayı yapmak ve başarılı sonuçlar sağlanması için gerekli tedbirleri almak,
- Futbolu geliştirmek amacıyla; amatör futbol spor kulüp ve federasyonları ile bünyesinde futbol branşı bulunan engelliler spor federasyonlarına her türlü ayni ve nakdi yardımda bulunmak.

Federasyon'un amaçlarını belirleyen Statü'nün 2 inci maddesinde de benzer düzenlemeler yer almıştır.

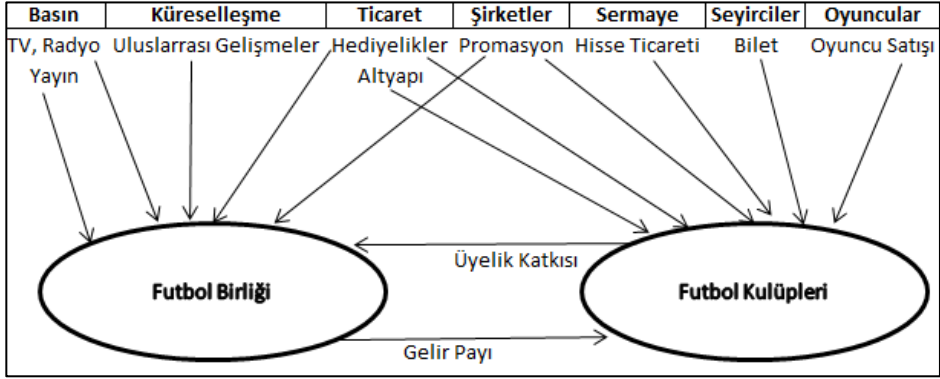
Türkiye'de yaklaşık 4.000 profesyonel futbolcu ve yaklaşık 300.000 amatör futbolcu bulunmaktadır. Bunun yanında, Türkiye'de yaklaşık 5.400 amatör, 125 profesyonel kulüp faaliyet göstermektedir.<sup>2</sup> Dolayısıyla, Federasyon'a ait olan, futbolun yurda yayılması görevi, mevcut kapasitesi ve yaygınlığından dolayı amatör futbol üzerinden gerçekleştirilebilir. Ancak bireylerin spora aktif katılımlarını teşvik etmek, kalkınma planlarında dile getirilmiş Türk spor politikalarının temel ilkelerinden biri olmasına karşın, amatör spor ve özelde amatör futbol profesyonel sporun gölgesinde kalmış, bunu hayata geçirecek önlemler etkin şekilde uygulama alanı bulmamış ve profesyonel futbol ağırlığını sürdürmüştür (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014, s. xiv, 57).

#### *Amatör Spor Kulüplerinin Finansman Sorunları*

Günümüzde yaklaşık 3,5 milyar insanın bir biçimde temas halinde olduğu futbol (Uluyol, 2014, s. 5717), Akşar'a göre, artık endüstriyel bir iş alanı haline dönüşmüştür (aktaran Uluyol, 2014, s. 5717) ve futbol ekonomisi sürekli bir gelişim içerindedir. Bugün futbol ekonomisinin en önde aktörü olan Avrupa'da futbol piyasası 28.4 milyar € düzeyine ulaşmış durumdadır (Barnard ve diğerleri, 2019, s. 8). Türkiye'de ise 2015-2016 döneminde 2 milyar lira düzeyinde olan süper lig ekonomisinin, 2018-2019 döneminde 4,2 milyar liraya ulaştığı anlaşılmaktadır (Aktifbank, 2019, s. 100).

<sup>2</sup> Bilgiler, Gençlik ve Spor Bakanlığı ilgili idari birim ile 7.10.2019 günü yapılan görüşmeler sonrasında elektronik posta yoluyla elde edilmiştir.

Karpavicius ve Jucevicius sürekli gelişen futbol ekonomisini, ticari bir iş alanı olarak değerlendirmiş ve bu iş sahasında şekil 1'de yer alan aktör ve gelir kaynakları olduğunu paylaşmıştır (Karpavicius ve Jucevicius, 2009, s. 90).



**Şekil 1.** Futbol piyasasında oluşan gelirin kaynakları (Karpavicius ve Jucevicius, 2009, s. 90'dan derlenmiştir).

Bazı kaynaklarda genel olarak bu gelirler; maç başı gelirleri, yayın gelirleri, sponsorluk ve ticari gelirler ile diğer ticari gelirler olarak ana kalemler bazında ifade edilmiştir (Uluyol, 2014, s. 5729, Güngör, 2013, s. 136, Barnard ve diğerleri, 2019, s. 9, Aktifbank, 2016, s. 5). Şekil 1'de görüldüğü üzere, gelirlerin bir kısmı doğrudan kulüpler tarafından elde edilirken, bazıları sporu organize eden kurumlar eliyle elde edilmekte ve dağıtılmaktadır.

Amatör futbol, endüstrileşen bu ekonomide yerini alamadığından, bu temel gelir kaynakları esas olarak profesyonel futbol ile ilişkilidir. Zira amatör spor aktörleri daha ziyade üçüncü sektör (third sector) olarak adlandırılan (Barget, Chavinier-Rela, 2017, s. 8) ve Colette ve Pigé göre, gelir amacından ziyade sosyal amaç güden bir alanda varlığını sürdürmektedir (aktaran Barget, Chavinier-Rela, 2017, s. 8). Nitekim amatör futbolun, yayın geliri, maç başı bilet satışlarından elde edilen gelirler, satışlardan sağlanan ticari gelirler elde etme potansiyeli yok denecek kadar azdır.

Borzaga ve Defourny, amatör futbol açısından temel hedefin kar elde etmek olmaması nedeniyle, bu alanda faaliyet gösteren tüm organizasyonlarda olduğu gibi finansman ihtiyacının önemli hale geldiğini paylaşmaktadır (aktaran Barget, Chavinier-Rela, 2017, s. 9). Amatör spor kulüplerinin finansal, örgütsel, yönetsel, hukuksal gibi birçok başlıkta toplanabilecek sorunları bulunmakla birlikte (Erturan, Şahin, 2017, s. 104, 105), finansal sorunların, diğer tüm sorunlarla önemli ölçüde ilişkili olduğu değerlendirilmektedir (Erturan, Şahin, 2017, s. 107). Zira bir örgütün ortaya çıkması, varlığını sürdürebilmesi ve faaliyetler yürütebilmesi için mali kaynaklara ihtiyacı vardır.

Öte yandan, Türkiye'de, resmi bazı araştırmalarda, amatör spor kulüplerinin finansal sorunlarının bulunduğu (TBMM, 2011, s. 4) ve bu kulüplerin gelir kapasitelerini arttırmakta zorlandıkları ifade edilmiş (TBMM, 2011, s. 45) ve bu tespiti uygun olarak,



kalkınma planı çalışmalarında da amatör sporun profesyonel sporun gölgesinde kaldığı ve spor kulüplerinin kurumsal kapasitelerinin mali yönden güçlendirilmesi gerektiği, ifadesini bulmuştur (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014, s. xiv, 57, 59).

### *Türkiye Futbol Federasyonu Mali Tablolarının Analizi*

Türkiye Futbol Federasyonu'nun beş döneme ait mali tabloları incelendiğinde, Federasyon gelirlerinin Tablo 1'de yer alan ana kalemlerden oluştuğu anlaşılmaktadır;

**Tablo 1.** 2013-2018 Dönemi Türkiye Futbol Federasyonu gelir kalemleri

	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
<b>Eğitim gelirleri</b>	4.049.025	5.383.408	7.196.139	7.148.251	6.838.035
<b>Milli takımlar gelirleri</b>	15.884.049	28.401.252	34.964.185	23.909.194	37.568.592
<b>Profesyonel futbol gelirleri</b>	183.581.005	205.625.622	257.584.778	268.696.299	380.129.046
<b>Amatör futbol gelirleri</b>	17.088.796	17.093.639	19.443.235	20.384.454	63.007.731
<b>UEFA ve FIFA gelirleri</b>	19.016.420	19.004.042	10.050.601	40.676.533	15.160.366
<b>Sponsorluk gelirleri</b>	60.674.355	57.011.289	70.767.710	61.653.705	61.912.857
<b>Cari gelirler</b>	18.146.904	41.810.696	29.241.186	50.148.167	87.756.568
<b>Gelirler Toplamı</b>	<b>318.440.554</b>	<b>374.329.948</b>	<b>429.247.834</b>	<b>472.616.603</b>	<b>652.373.195</b>

2013-2018 dönemini içeren tüm dönemlerde, toplam gelirler içerisindeki en büyük pay, %50'nin üzerindeki ortalama oran ile profesyonel futbol gelirleridir. Yani Türkiye Futbol Federasyonu'nun ana gelirlerinin yaklaşık yarısını profesyonel futbol gelirleri oluşturmaktadır. Profesyonel futbolun bir ekonomi olması ve bu ekonominin sürekli büyümekte olması (Güngör, 2014, s. 136, Barnard ve diğerleri, 2019, s. 8), elde edilen gelirlerin önemli kısmının profesyonel spordan sağlanmasında etkilidir.

Futbol Federasyonu'nun giderleri ise Tablo 2'de ana kalemlerden oluşmaktadır;

**Tablo 2.** 2013-2018 Dönemi Türkiye Futbol Federasyonu gider kalemleri

	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
<b>Eğitim giderleri</b>	-14.997.482	-17.827.450	-21.370.658	-16.825.748	-18.581.810
<b>Milli takımlar giderleri</b>	-49.524.925	-50.617.717	-80.101.322	-115.691.360	-74.602.058
<b>Profesyonel futbol giderleri</b>	-74.049.107	-88.264.556	-126.506.128	-157.266.048	-300.738.203
<b>Amatör futbol giderleri</b>	-35.876.554	-40.688.726	-46.610.660	-54.548.285	-65.052.147
<b>UEFA ve FIFA giderleri</b>	-1.267.050	-947.480	-589.949	-755.620	-2.225.496
<b>Kanunda öngörülen giderler</b>	-12.056.477	-10.836.942	-20.983.241	-17.000.352	-21.550.619
<b>Ar-Ge ve proje giderleri</b>	-13.149.857	-10.769.517	-14.034.525	-11.603.640	-10.317.133
<b>Cari giderler</b>	-84.464.828	-81.718.137	-58.793.389	-71.496.588	-101.422.446
<b>Diğer olağan giderler</b>	-1.855.516	-2.143.592	-1.953.193	-2.039.965	-2.588.282
<b>Giderler Toplamı</b>	<b>-287.241.796</b>	<b>-303.814.117</b>	<b>-370.943.065</b>	<b>-447.227.606</b>	<b>-597.078.194</b>

2013-2018 dönemini içeren tüm dönemlerde, toplam giderler içerisindeki en büyük pay, yaklaşık %60-77 oran aralığı ile milli takım, profesyonel futbol ve cari giderler için yapılan harcamalardan oluşmuştur. Özellikle, 2017-2018 dönemine kadar yaklaşık %25-35 oranında olan profesyonel futbol giderlerinin, 2017-2018 döneminde önemli bir artış gösterdiği ve toplam harcamaların %50'sinin üzerinde bir orana ulaştığı görülmektedir. Yani Federasyon bu dönemde kaynaklarının yarısını profesyonel futbol için harcamıştır.

### *Amatör Futbol Gelir ve Giderlerinin Analizi*

Futbol Federasyonu'nun 2013-2018 dönemlerinde amatör futboldan elde ettiği gelirler incelendiğinde, amatör futboldan elde edilen gelirlerin, toplam gelirler içerisindeki payının genellikle, %4,3-%5,4 oran aralığında olduğu anlaşılmaktadır. Ancak 2017-2018 döneminde amatör futboldan elde edilen gelirlerin bu genel sınırları aştığı ve yaklaşık iki katına çıkarak toplam gelirlerin %9,7'si düzeyine ulaştığı anlaşılmaktadır. 2017-2018 bilanço döneminde Futbol Federasyonu'nun toplam gelirleri, 652.373.195 TL iken bu gelirler içerisinde amatör futboldan elde edilen gelirlerin 63.007.731 TL olarak gerçekleştiği görülmektedir. Yani bu dönemde, amatör futbol yayın geliri ve maç başı geliri vb. futbol ekonomisinin temel gelirlerinden yoksun olduğu halde Federasyon gelirlerinin yaklaşık %10'unu finanse edebilmiştir.

Amatör futboldan elde edilen gelirlerin ayrıntıları Türkiye Futbol Federasyonu'na yayınlanan mali veriler içerisinde yer almamaktadır<sup>3</sup>. Ancak gelir detaylarının;

- Kulüp tescilleri,
- Kulüp aidatları,
- Transfer işlemleri,
- Lisans vizeleri,
- Harç ve para cezaları,
- Renk ve isim değişikliği

gibi kalemlerden oluştuğu değerlendirilmektedir (Devecioğlu, 2002, s. 129). Yukarıdaki gelir kalemleri incelendiğinde, bu dönemde amatör futboldan sağlanan önemli düzeydeki artışın esasen amatör kulüplere getirilen ilave yükümlülüklerden sağlandığı söylenebilir.

Futbol Federasyonu'nun 2013-2018 dönemlerinde amatör futbola yaptığı giderler incelendiğinde, amatör futbol giderlerinin toplam giderler içerisindeki payının genellikle, %10,9-%13,4 bandında olduğu, ancak 2017-2018 sezonunda amatör futbol için yapılan giderlerin bu genel sınırların en düşüklerinden biri olan %10,9 seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir.

Diğer yandan, TBMM Spor Kulüplerinin Sorunları İle Sporda Şiddet Sorununun Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan Meclis Araştırması Komisyonu'nca 73 futbol kulübü ve Federasyon temsilcisinden oluşan örneklem üzerinde gerçekleştirdiği anket çalışmasına katılanlar, kulüp harcamalarının, % 55'inin, profesyonellere, % 30'unun alt yapıya ve % 15'nin amatörlere dönük olarak harcanması gerektiği yönünde görüş bildirilmiştir (TBMM, 2011, s. 180). Oysa Federasyon'un kendi bütçesi amatör futbolu bu oranda destekler nitelikte değildir.

---

<sup>3</sup> Türkiye Futbol Federasyonunun internet sitesinde yayınlanan mali bilgiler arasında, amatör spor gelir ve gider ayrıntıları yer almamaktadır, araştırma sürecinden birden çok kez telefon ile kurulmaya çalışılan iletişim çabalarından sonuç alınamamış, elektronik posta yoluyla yapılan girişimlerden de bu konuda bir bilgi elde edilememiştir.

Amatör futbol için gerçekleştirilen giderlerin ayrıntıları da Türkiye Futbol Federasyonu'nca yayınlanan mali veriler içerisinde yer almamaktadır. Ancak gider detaylarının;

- Sürekli personel giderleri,
- Seyahat, konaklama, harcırah giderleri,
- Amatör ödül giderleri,
- Stadyum giderleri,
- Diğer giderler

gibi kalemlerden oluştuğu değerlendirilmektedir (Devicioğlu, 2002, s. 129).

Amatör ve profesyonel futboldan elde edilen gelirler ile bu alanlara yapılan giderlerin 2013-2018 dönemindeki değişim oranları ise Tablo 3'deki gibidir;

**Tablo 3.** Amatör ve profesyonel futbol gelir ve giderleri

	2013-2014 (TL)	2017-2018 (TL)	Değişim Oranı (%)
<b>Profesyonel futbol gelirleri</b>	183.581.005	380.129.046	107
<b>Amatör futbol gelirleri</b>	17.088.796	63.007.731	269
<b>Profesyonel futbol giderleri</b>	-74.049.107	-300.738.203	306
<b>Amatör futbol giderleri</b>	-35.876.554	-65.052.147	81

Tablo 3'deki verilere göre, amatör futboldan elde edilen gelirler, beş yıllık dönemde, %269 oranında artmıştır. Oysa aynı dönemde profesyonel futboldan elde edilen gelirler %107 oranında artış göstermiştir.

Diğer yandan, Türkiye Futbol Federasyonu'nun amatör futbol için yaptığı giderler beş yıllık dönemde, %81 oranında artmışken aynı dönemde profesyonel futbol için yapılan giderler %306 oranında artış göstermiştir.

Özetle, beş yıllık dönemde profesyonel futboldan elde edilen gelirler ancak %107 artarken, profesyonel futbol için yapılan giderler %306 oranında artmış. Tersine amatör futboldan elde edilen gelirler %269 oranında artarken, amatör futbol için yapılan harcamalar ancak %81 oranında artabilmiştir. Yani beş yıllık faaliyet döneminde, amatör futbol, profesyonel futbola kıyasla daha az finansal destek görmüştür.

Amatör futbol gelirlerinin giderleri karşılama oranı incelendiğinde, Tablo 4'de yer aldığı gibi son beş yıllık dönemde yaklaşık %40'lar seviyesindeki oranın, son dönemde iki katının üzerine çıktığı ve amatör futbol giderlerinin %97 oranındaki kısmının yine amatör futboldan elde edilen gelirler ile karşılandığı anlaşılmaktadır.

**Tablo 4.** 2013-2018 Dönemi Türkiye Futbol Federasyonu Amatör Futbol Gelirlerinin Gideri Karşılama Oranı

	2013-	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
<b>Amatör futbol gelirleri (TL)</b>	17.088.796	17.093.639	19.443.235	20.384.454	63.007.731
<b>Amatör futbol giderleri (TL)</b>	-	-40.688.726	-46.610.660	-54.548.285	-65.052.147
<b>Gelirlerin giderleri karşılama oranı</b>	48%	42%	42%	37%	97%

Öte yandan, 2017-2018 döneminde amatör futbol gelirlerinin giderleri karşılama potansiyelinin %100'lere yaklaşması dikkat çekicidir. Gider tutarları bir önceki

dönemlere göre azalmayıp aksine %20'lere yakın bir seviyede arttığına göre karşılama oranındaki bu artışın kaynağı amatör spordan elde edilen gelirlerdeki önceki yıllara kıyasla oluşan artışlardır. Daha önceki yıllarda yürütülen araştırma sonuçları (Devecioğlu, 2002, s. 129) referans alındığında, bu gelirlerin kulüp tescilleri, kulüp aidatları, transfer işlemleri, lisans vizeleri gibi gelirlerden oluştuğu yani gelir artışının yine amatör spor kulüplerinden elde edildiği anlaşılmaktadır. Özetle, 2017-2018 döneminde amatör sporu, amatör spor kulüpleri finanse eder duruma gelmiştir. Oysa amatör spor genel olarak bu sektöre aktarılan fonlar üzerinden finanse edilmektedir (Barget, Chavinier-Rela, 2017, s. 11) ve özelde amatör futbol camiasının ihtiyacı finansal yüklerinin azaltılması yönünde girişimler olması gerekirken, bu dönemde tam tersi bir finansal yaklaşım olduğu anlaşılmaktadır.

#### *Sporcu ve Kulüp Başına Amatör Futbol İçin Yapılan Harcamaların Analizi*

Amatör futbolun temel aktörleri kulüpler ve sporculardır. Bu bakımdan, doğrudan sporcu ve kulüpleri hedeflemese de Federasyon'ca amatör futbol için yapılan harcamalar amatör sporun sürdürülebilirliği içindir. Dolayısıyla yapılan harcamaların sporcu ve kulüp başına analizleri de amatör futbolun hangi düzeyde desteklendiğinin anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Türkiye Futbol Federasyonu'nun internet sayfasında, yıllara ait sporcu bilgilerinin istatistikleri bulunmamaktadır. Ancak Federasyon yıllar itibarıyla sporcu bilgilerini Gençlik ve Spor Bakanlığına bildirmektedir. Gençlik ve Spor Bakanlığına bildirilen amatör ve profesyonel sporcu bilgileri Tablo 5'deki gibidir.

**Tablo 5.** 2016-2018 Döneminde amatör ve profesyonel sporcu sayıları

	Amatör Futbolcu Sayıları	Toplam Sporcu İçindeki Amatör Sporcu Oranı	Profesyonel Futbolcu Sayıları	Toplam Sporcu İçindeki Profesyonel Sporcu Oranı (%)	Toplam
<b>FUTBOL 2017-2018</b>	292.031	98,7%	3863	1,3	295.894
<b>FUTBOL 2016-2017</b>	285.400	98,6%	3942	1,4	289.342

Kaynak: Gençlik ve Spor Bakanlığı verileri.<sup>4</sup>

Tablo 5'deki verilere göre Türkiye'de amatör futbolcu sayısı 2016 ve 2018 dönemlerindeki toplam futbolcu sayısının %98'ini oluşturmaktadır. Profesyonel sporcu sayıları ise toplam sporcu sayılarının %1'inin bir miktar üzerindedir.

Türkiye Futbol Federasyonu'nca amatör futbol için yapılan harcamaların, sporcu başına düşen miktarları Tablo 6'daki gibidir;

**Tablo 6.** Amatör sporcu başına harcama miktarı

	Amatör Futbol Giderleri	Amatör Sporcu Sayıları	Sporcu Başına Harcama
<b>FUTBOL 2016-2017</b>	-54.548.285 TL	285.400	-191,13
<b>FUTBOL 2017-2018</b>	-65.052.147 TL	292.031	-222,76

<sup>4</sup> Bilgiler, Gençlik ve Spor Bakanlığı ilgili idari birim ile 7.10.2019 günü yapılan görüşmeler sonrasında elektronik posta yoluyla alınmıştır.

Tablo 6'daki verilere göre, Federasyon 2016-2017 döneminde amatör futbolcu başına yaklaşık 191 TL, 2017-2018 döneminde ise 222 TL harcamada bulunmuştur.

Türkiye Futbol Federasyonu'nca profesyonel futbol için yapılan harcamaların, sporcu başına düşen miktarları ise Tablo 7'deki gibidir;

**Tablo 7.** Profesyonel sporcu başına harcama miktarı

	Profesyonel Futbol Giderleri (TL)	Profesyonel Sporcu Sayıları	Sporcu Başına Harcama (TL)
<b>FUTBOL 2016-2017</b>	-157.266.048	3.942	-39.894,99
<b>FUTBOL 2017-2018</b>	-300.738.203	3.863	-77.850,95

Tablo 7'deki verilere göre, Federasyon 2016-2017 döneminde profesyonel sporcu başına yaklaşık 39.894 TL, 2017-2018 döneminde ise 77.850 TL harcamada bulunmuştur.

Oyuncu başına harcamalarda dönem değiştikçe artış meydana gelmiş olmakla birlikte, amatör sporcu başına yapılan harcamaların son derece sınırlı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Türkiye Futbol Federasyonu'nun, Türkiye'nin gelecek nesil rekabet potansiyelini içinde barındıran ve sporun yaygınlaşmasında önemli bir aktör olan amatör futbolcu başına kullandığı fon, amatör futbolun finansal olarak desteklenmesi bakımından oldukça sınırlıdır.

Öte yandan, Türkiye Futbol Federasyonu'nun amatör ve profesyonel futbol için yaptığı harcamaları, amatör ve profesyonel kulüp başına da analiz etmek mümkündür. Federasyon'ca amatör ve profesyonel futbol için yapılan harcamaların, kulüp başına düşen miktarları Tablo 8'deki gibidir<sup>5</sup>;

**Tablo 8.** Kulüp başına harcama miktarı

	Giderler (2017-2018) (TL)	Toplam Amatör ve Profesyonel Spor Giderleri İçindeki Payı	Kulüp Sayıları (2018-2019)	Toplam Kulüp Sayısı İçindeki Oranı (%)	Kulüp Başına Harcama (TL)
<b>Amatör Futbol</b>	-65.052.147	%22	5.380	98	-12.091,48
<b>Profesyonel Futbol</b>	-300.738.203	%88	125	2	-2.405.905,62

Tablo 8'deki verilere göre, Türkiye Futbol Federasyonu'nun 2017-2018 döneminde amatör ve profesyonel futbol için yaptığı harcamalar, amatör kulüp başına yaklaşık 12.091 TL, profesyonel kulüp başına yaklaşık 2.405.905 TL'dir. Bu harcamalar doğrudan kulüpleri sübvans eden harcamalar olmasa da amatör ve profesyonel kulüplerinin varlıklarının sürdürülebilir olmasını sağlamaktadır. Bu bakımdan amatör ve profesyonel futbolun sürdürülebilirliği için yapılan harcamalardan, Türkiye'de kulüplerin %98'ini oluşturan amatör spor kulüplerinin, amatör ve profesyonel futbol için yapılan giderlerin ancak %22'si kadar pay aldığı görülmektedir. Buna karşın toplam kulüp sayısının %2'sini

<sup>5</sup> Analizde, yapılan harcama ile kulüp sayıları arasında dönem farkı bulunmaktadır. Veriler genel kullanıcılar için açık kaynaklarca yayınlanmadığından ancak elde edilen veriler üzerinden analiz yapma olanağı olmuştur. Bu yüzden, her ne kadar kulüp sayılarında olağandışı değişimler olmayacağı düşünülse de analizi dönem farkı gözlemlenerek değerlendirilmelidir.

oluşturan profesyonel futbol kulüplerinin, Federasyon'ca amatör ve profesyonel futbol için yapılan toplam giderlerin %88'i kadar pay aldığı görülmektedir.

Özetle, spor kulüplerinin üç temel gelir kalemi yayın gelirleri, ticari gelirler ve maç başı gelirleridir (Uluyol, 2014, s. 5729, Barnard ve diğerleri, 2019, s. 9, Aktifbank, 2016, s. 5). Bu gelirler spor ekonomisinde daha çok profesyonel futbol üzerinden elde edilmektedir. Yani profesyonel futbolun gelir yaratma kapasitesi amatör futbolun çok üzerindedir. Bu bakımdan kendi gelir oluşturma potansiyeli düşük olan amatör futbolun sübvansede edilmesi daha önemli hale gelmektedir. Oysa Türkiye Futbol Federasyonu'nun, yukarıda analiz edilen mali bilgileri, bu ihtiyacı karşılayacak bir yapı göstermemektedir.

## **Sonuç**

Günümüzde profesyonel futbol bir endüstri haline gelmiş ve daha çok piyasa koşullarında faaliyet yürütür olmuştur. Ancak amatör futbol, profesyonel futbolun aksine kar amacı gütmeyen, sosyal hedefi olan bir sektörde faaliyetlerini yürütmektedir. Bu farklı faaliyet koşulları amatör futbolun kaynak üretme kapasitesini de sınırlı kılmaktadır. Dolayısıyla amatör futbol diğer amatör branşlarda olduğu gibi kamu organlarının desteğine daha fazla ihtiyaç duymaktadır.

Amatör sporun, finansal, örgütsel, yönetimsel, hukuksal alanlarda birçok sorun yaşadığı bilinmektedir. Bu sorunlardan finansal sorunlar diğer sorunlarla güçlü bir ilişki içerisindedir ve dolayısıyla mali konularda sağlanacak iyileşmeler, sürdürülebilir bir yapı inşası için daha da önemli olmaktadır.

Türkiye'de, Futbol Federasyonu, futbolun yaygınlaştırılması ve amatör futbolun desteklenmesi ile görevli en önemli kamu otoritesi konumundadır. Bu bakımdan, Federasyon'un amatör futbolun sürdürülebilirliği açısından ortaya koyduğu finansal performans, amatör futbolun geleceğinin belirleyicilerinden biri konumundadır.

Bu çalışmada Federasyon'un son beş dönem içindeki mali bilgilerinden hareketle, amatör futboldan elde edilen gelirler ile bu alana sarf edilen giderlerin dönemsel analizi, gelirlerin giderleri karşılama düzeyi gibi konular, amatör sporcu ve kulüp sayıları da dikkate alınarak analiz edilmiş ve amatör spor ile profesyonel sporun bu mali veriler çerçevesinde kıyaslaması yapılmıştır. Bu bağlamda elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir;

- Federasyon toplam giderleri arasında, profesyonel futbol giderleri, 2017-2018 dönemine kadar yaklaşık %25-35 oranında iken bu dönemde önemli bir artış göstermiş ve toplam harcamaların %50'sini oluşturmuştur. Yani profesyonel futbol 2017-2018 döneminde dikkat çekici bir artışla desteklenir olmuştur.
- Amatör futboldan elde edilen gelirler, 2017-2018 dönemine kadar toplam gelirlerin, %4,3-%5,4 oranını oluştururken, 2017-2018 döneminde yaklaşık iki katına çıkarak toplam gelirlerin %9,7'sini oluşturmuştur. Yani Federasyon bu dönemde, önceki dönemlere kıyasla amatör futbol üzerinden daha fazla gelir elde etmiştir. Bu gelirler, kulüpler üzerinden elde edildiğinden, yeni durum amatör futbol kulüpleri için ilave masraf oluşturmuştur.

- Amatör futbol giderlerinin toplam giderler içerisindeki payı genellikle, %10,9-%13,4 oranlarında olmuştur. Bu oranların en düşüğünün 2017-2018 döneminde gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Yani bu dönemde amatör futbol için Federasyon en düşük kaynağı ayırmıştır.
- 2013-2018 arasındaki beş yıllık dönemde amatör futboldan elde edilen gelirler %269 oranında artarken, profesyonel futboldan elde edilen gelirler %107 oranında artmıştır. Amatör futbol gelirleri, genel olarak amatör futbol kulüplerinden elde edildiğinden, bu artış amatör futbola ilave bir yük anlamına gelmektedir.
- 2013-2018 arasındaki beş yıllık dönemde, amatör futbol için yapılan giderler %81 oranında artmışken, profesyonel futbol için yapılan giderler %306 oranında artmıştır. Yani beş yıllık faaliyet döneminde, amatör futbol, profesyonel futbola kıyasla daha az finansal destek görmüştür.
- Amatör futbol gelirlerinin giderleri karşılama oranı 2017-2018 dönemine kadar, yaklaşık %40'lar seviyesindeyken, bu dönemde %97 oranına çıkmıştır. Yani bu dönemde amatör futbol neredeyse kendi kendini finanse eder seviyeye gelmiştir. Oysa amatör futbolun daha fazla desteğe ihtiyacı olduğu resmi belgelerde de kabul gören bir durumdur.
- Türkiye'de yaklaşık 300 bin amatör, 4.000 profesyonel futbolcu ve yaklaşık 5.380 amatör, 125 profesyonel kulüp bulunmaktadır. 2017-2018 dönemi itibarıyla amatör sporcu başına harcama 222 TL iken profesyonel sporcu başına harcama 77.850,95 TL ve amatör kulüp başına harcama 12.091,48 TL iken profesyonel kulüp başına harcama 2.405.905,62 TL olmuştur. Yani Türkiye'de oyuncu ve kulüp sayısının yaklaşık %98'ini oluşturan amatör spor kulüpleri, giderlerin ancak %22'si kadar pay, oyuncu ve kulüp sayısının yaklaşık %2'sini oluşturan profesyonel futbol kulüpleri ise toplam giderlerin %88'i kadar pay almaktadır.

Yukarıdaki tespitler çerçevesinde, kalkınma planları ve TBMM Araştırma Komisyonları Raporları gibi kamusal belgelerde de devlet desteğinin artması gerektiği ifade edilen amatör futbol için Türkiye Futbol Federasyonu mali kapasitesi, önemli bir kamusal kaynak niteliğindedir. Hal böyle iken amatör futbolun Türkiye Futbol Federasyonu mali performansı bakımından, özellikle son yıllarda yeterli düzeyde desteklenemediği anlaşılmaktadır. Oysa amatör futbol hem futbolun ülke geneline yaygınlaştırılmasının ana aracı konumundadır hem de gelecek neslin yarışmacı ve profesyonel oyuncularını bünyesinde barındırmaktadır. Bu itibarla, Türkiye Futbol Federasyonu'nun mevcut finansal yapısının amatör futbolun lehine dönüştürülmesi Türk futbolunun uzun vadeli hedeflerine daha fazla hizmet edecektir.

***Yazışma Adresi (Corresponding Address):***

*Dr. Mehmet Koçdemir  
Hazine ve Maliye Bakanlığı  
Kazakistan Caddesi No:112 Emek, Çankaya/Ankara  
E-posta: mehmetkocdemir@hotmail.com*

## Kaynaklar

1. **Akşar, T.** (2011). *Spor Kulüplerinin Mali Yönetişim Sorunları ve Bunlara İlişkin Çözüm Önerilerine İlişkin Oturumun Meclis Tutanakları*. Erişim adresi: <http://www.futbolekonomi.com>
2. **Akşar, T. ve Merih, K.** (2006). *Futbol Ekonomisi*. İstanbul: Literatür Yayınları.
3. **Aktifbank.** (2016). *Ekolig 2014-2015 / 2015-2016 Sezonu. Futbol Ekonomisi Raporu*. İstanbul. Erişim adresi: <http://www.aktifbank.com.tr/tr/hakimizda/basinodasi/ekolig>
4. **Aktifbank.** (2019). *Ekolig 2017-201 / 2018-2019 Sezonu. Futbol Ekonomisi Raporu*. İstanbul. Erişim adresi: <https://www.aktifbank.com.tr/Documents/Ekolig-Final-11112019.pdf>
5. **Barget, E. ve Chavinier-Rela, S.** (2017). The analysis of amateur sports clubs funding: A european perspective. *Athens Journal of Sports*, 4(1), 7-34.
6. **Barnard, M., Boor, S., Winn, C., Wood, C. ve Wray, I.** (2019). *Annual Review of Football Finance 2019*. UK: Sports Business Group.
7. **Bednarik, J., Kolar, E. ve Jurak, G.** (2010). Analysis of the sports services market in Slovenia. *Kinesiology*, 42(2), 142-152.
8. **Borzaga, C. ve Defourny, J. (Eds.)** (2001). *The emergence of social enterprise*. London & New York: Routledge.
9. **Büyükbakkal, G.** (2016). Football Economy in Turkey, *Football in Turkey*. Frankfurt: Peterlang.
10. **Chadwick, S., Parnell, D., Widdop, P. ve Anagnostopoulos, C.** (2018). *Routledge Handbook of Football Business and Management*. London: Routledge.
11. **Collette, C. ve Pigé, B.** (2007), *Economie Sociale et Solidaire: Gouvernance et Contrôle (The social Economy: Governance and Control)*. Paris: Dunod.
12. **Defourny, J. ve Laville, J. L.** (2007). *Pour une économie sociale revisitée* (Another perspective on voluntary sector). *La revue nouvelle*, 1(2), 78-83.
13. **Devecioğlu, S.** (2002). *Türk Spor Yönetiminde Özerkliğin Boyutu (Türkiye Futbol Federasyonu Örneği)* (Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
14. **Dobson, S. ve Goddard, J.** (2001), *The Economics of Football*. United Kingdom: Cambridge University Press.
15. **Erturan, E. ve Şahin, M.Y.** (2017). Amatör spor kulüplerinin sorunları: Açımlayıcı bir araştırma. *Spor Bilimleri Dergisi*, 28(2), 101-120.
16. **Güngör, A.** (2014), Avrupa futbol pazarının ekonomik boyutu ve avrupa futbol kulüplerinde finansal performans analizi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2).
17. **Karpavicius, T. ve Jucevicius, G.** (2009). The application of the business system concept to the analysis of football business. *Engineering Economics*, 63(4), 86-95.
18. **Orta, L. ve Korkmaz, M.** (2012). An analysis on the incomes and expenditures of Turkish football federation and the incomes of the four major clubs. *International Journal of Management Sciences and Business Research*, 1(7), 14.
19. **Qorbani, M., Sheikh, J. M. ve Bagheri, M.** (2012). A comparative study of how to finance professional football premier leagues in Iran and England, *Scholarly Journal of Business Administration*, 2(7), 144-149.
20. **Szymanski, S., ve Kuypers, T.** (1999). *Winners and losers*. London: Viking.
21. **TBMM.** (2011). Spor Kulüplerinin Sorunları ile Sporda Şiddet Sorununun Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan Meclis Araştırması Komisyonu'na. Spor Kulüplerinin Mali ve Yönetişim Sorunları ve Bunlara İlişkin Çözüm Önerileri" Hakkında Rapor", Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/bitstream/handle/11543/128/ss733.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
22. **T.C. Kalkınma Bakanlığı,** (2012). *Onuncu kalkınma planı (2014-2018) özel ihtisas komisyonları el kitabı*. Erişim adresi: [http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/10/Onuncu\\_Kalk%C4%B1nma\\_Plan%C4%B1\\_%C3%96zel\\_%C4%B0ihtisas\\_Komisyonlar%C4%B1\\_El\\_Kitab%C4%B1.pdf](http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/10/Onuncu_Kalk%C4%B1nma_Plan%C4%B1_%C3%96zel_%C4%B0ihtisas_Komisyonlar%C4%B1_El_Kitab%C4%B1.pdf)
23. **Terekli, M.S. ve Çobanoğlu, H.O.** (2018). Developing economic values in football: Example of Turkish football federation. *Open Access Library Journal*, 5, 4263.
24. **Torgler, B.** (2004). The economics of the FIFA football worldcup. *Kykuos: International Review for Social Sciences*, 57, 287-300.
25. **Türkiye Futbol Federasyonu** (2013-2014). *Türkiye Futbol Federasyonu 2013-2014 Dönemi Mali Tabloları*. (1 Haziran 2013-31.05.2014 Dönemi Mali Tabloları (Bağımsız Denetimden Geçmiş), 1 Haziran 2013 - 31.05.2014 Dönemi Denetleme Kurulu Raporu, 1 Haziran 2014 - 31.05.2015 Dönemi Bütçesi). Erişim adresi: <https://www.tff.org/default.aspx?pagelid=461>



26. **Türkiye Futbol Federasyonu (2014-2015).** *Türkiye Futbol Federasyonu 2014-2015 Dönemi Mali Tabloları* (1 Haziran 2014 - 31.05.2015 Dönemi Mali Tabloları (Bağımsız Denetimden Geçmiş), 1 Haziran 2014 - 31.05.2015 Dönemi Denetleme Kurulu Raporu, 1 Haziran 2015 - 31.05.2016 Dönemi Bütçesi). Erişim adresi: <https://www.tff.org/default.aspx?pageId=461>
27. **Türkiye Futbol Federasyonu (2015-2016).** *Türkiye Futbol Federasyonu 2015-2016 Dönemi Mali Tabloları* (1 Haziran 2015 - 31.05.2016 Dönemi Mali Tabloları (Bağımsız Denetimden Geçmiş), 1 Haziran 2015 - 31.05.2016 Dönemi Denetleme Kurulu Raporu, 1 Haziran 2016 - 31.05.2017 Dönemi Bütçesi). Erişim adresi: <https://www.tff.org/default.aspx?pageId=461>
28. **Türkiye Futbol Federasyonu (2016-2017).** *Türkiye Futbol Federasyonu 2016-2017 Dönemi Mali Tabloları* (1 Haziran 2016 - 31.05.2017 Dönemi Mali Tabloları (Bağımsız Denetimden Geçmiş), 1 Haziran 2016 - 31.05.2017 Dönemi Denetleme Kurulu Raporu, 1 Haziran 2017 - 31.05.2018 Dönemi Bütçesi). Erişim adresi: <https://www.tff.org/default.aspx?pageId=461>
29. **Türkiye Futbol Federasyonu (2017-2018).** *Türkiye Futbol Federasyonu 2017-2018 Dönemi Mali Tabloları* (1 Haziran 2017 - 31.05.2018 Dönemi Mali Tabloları (Bağımsız Denetimden Geçmiş), 1 Haziran 2017 - 31.05.2018 Dönemi Denetleme Kurulu Raporu, 1 Haziran 2018 - 31.05.2019 Dönemi Bütçesi). Erişim adresi: <https://www.tff.org/default.aspx?pageId=461>
30. **Uluyol, O.** (2014). Süper lig futbol kulüplerinin finansal performans analizi. *Journal of Yasar University*, 9(34), 5716-5731.

# Flow Yaşantı Ölçeğinin Rekreatyönel Etkinliklere Uyarlanmasına Dair Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması

Ali Selman ÖZDEMİR<sup>1</sup>, Tebessüm AYYILDIZ DURHAN<sup>2</sup>, Beyza Merve AKGÜL<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi  
<sup>2</sup>Gazi Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi

## Araştırma Makalesi

### Öz

Rekreasyon araştırmalarında sıkça kullanılan içsel motivasyonların önemli bir boyutu olan akış deneyimini ölçebilecek bir aracın, rekreasyonel etkinlikler için değerlendirilerek Türkçe'ye uyarlanması önem teşkil etmektedir. Bu noktadan hareketle çalışmanın amacı, Csikszentmihalyi'nin (1975, 1987, 1988, 1990) 'Flow' teorisine dayanarak Rheinberg ve ark. (2003) tarafından geliştirilmiş ve Almanca orijinal adı 'Flow Kurz Skala' (Flow Short Scale) olan ölçeğin İşigüzel ve Çam tarafından (2014) Türkçe uyarlamasını yaptığı Flow Yaşantısı Ölçeği Kısa formunun rekreasyonel etkinlikler için geçerlik ve güvenilirliğini yaparak değerlendirmektir. Araştırmada 281 üniversite öğrencisinden elde edilen veriler ile örneklem büyüklüğü test edilmiş (.84; 2052, 218,  $p<0,001$ ) ardından yapılan açımlayıcı faktör analizi ile 2 boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Yapılan açımlayıcı faktör analizi doğrultusunda kesme değeri .40 olarak belirlenmiş, toplamda 13 maddeden oluşan ölçüm aracı iki alt boyutta toplanmıştır. Toplam varyansın %51'inin açıklandığı faktör analizi sonucunda .48 ile .80 arasında değişen faktör yükleri elde edilmiştir. Birinci alt boyut için .86 olan iç tutarlılık katsayısı, ikinci alt boyut için .70 olarak belirlenmiştir. Etkinlik tecrübe ölçeğinin toplam iç tutarlılık katsayısı ise .78 olarak saptanmıştır. Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonrası elde edilen yapının geçerliliğini ve doğruluğunu test etmek üzere doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Test tekrar test sonrası yapılan DFA'nın yapı geçerliliğine kanıt oluşturduğu görülmektedir (RMSEA .083, SRMR 0.72, NFI 0.90, CFI 0.93, NNFI 0.91,  $\chi^2/df$  3.14). Sonuç olarak rekreasyonel etkinliklere katılımında yaşanan akış durumu ve etkinlik tecrübesini belirlemede geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı ortaya koyulmuştur.

**Anahtar sözcükler:** Etkinlik, Tecrübe, Ölçek

## Validity and Reliability Study of Adapting Flow Life Scale to Recreational Activities

### Abstract

*It is important that a tool that can measure the flow experience, which is an important dimension of the intrinsic motivations frequently used in recreation research, is evaluated for recreational activities and adapted to Turkish. The purpose of study from this point is that; to evaluate the validity and reliability of the Flow Form Scale Short form for recreational activities which is Rheinberg et al. (2003) and the Turkish version of the scale, whose original name is 'Flow Kurz Scale' (Flow Short Scale), was adapted to Turkish by İşigüzel and Çam (2014). In the study, the sample size was tested with the data obtained from 281 university students (.84; 2052, 218,  $p < 0.001$ ), and then a 2-dimensional structure was obtained by exploratory factor analysis. In accordance with the exploratory factor analysis, the cut-off value was determined as .40 and the measurement tool consisting of 13 items in total was collected in two sub-dimensions. As a result of the factor analysis, in which 51% of the total variance was explained, factor loads ranging from .48 to .80 were obtained. The internal consistency coefficient of .86 for the first sub-dimension was determined as .70 for the second sub-dimension. The overall internal consistency coefficient of the efficiency experience scale was found to be .78. Confirmatory factor analysis was performed to test the validity and accuracy of the structure obtained after the exploratory factor analysis. It is seen that CFA performed after test-retest provides evidence of construct validity (RMSEA .083, SRMR 0.72, NFI 0.90, CFI 0.93, NNFI 0.91,  $\chi^2 / df$  3.14). As a result, a valid and reliable measurement tool has been put forward in determining the flow status and activity experience in participating in recreational activities.*

**Keywords:** Efficiency, Experience, Scale

### Giriş

Jennifer L. Aaker ve ark. (2011), 'If Money Doesn't Make You Happy, Consider Time' (Para sizi mutlu etmiyorsa, zamanı dikkate alın) başlıklı çalışmasında, psikologların şaşırtıcı bir şekilde para ve mutluluk arasında oldukça az bir ilişki saptadıklarına değinmektedir. Bu sonucu, insanların parayı doğru yönde kullanmıyor olabileceği ile açıklamaya çalışırken şunları dile getirir: 'Örneğin, insanlar tecrübe kazanmaktan çok objelere, başkalarından çok kendilerine ve küçük tatminler yerine lükse para harcarlar.' Aaker ve arkadaşları, çalışmanın devamında mutlu olmak için beş madde halinde sunduğu önermelerde, zamanı doğru insanlar ve doğru aktivitelerle değerlendirmeyi, zaman geçirmek yerine zamanın tadını çıkarmayı ve o an içinde bulunulan deneyimden zevk almayı vurgulamaktadır.

Kendimiz için doğru aktiviteyi bulmak, bir aktivite ile meşgul olunan zamandan zevk almanın önkoşuludur. Kendimizi ifade edebileceğimiz aktiviteleri keşfettiğimizde ise, aktivite esnasında zamanın nasıl geçtiğini anlamaz ve yaşadığımız deneyimi en üst noktaya taşırız. Bu önerme, bizleri Csikszentmihalyi'nin (1975) Akış (Flow) teorisine götürmektedir. Akış (flow) kuramına göre bu durum, yaşama tam olarak dâhil olma hissidir (Nakamura ve Csikszentmihalyi, 2009). Akış kuramının iki anahtar özelliği, kişinin içinde bulunduğu etkinliğe tam konsantre olması ve etkinlikten aldığı zevktir. 'Akış', kısaca kişinin o etkinlik dışında her şeyi boşverdiği bir durumu ifade etmektedir (Csikszentmihalyi 1990).

Akış deneyimi, ilk olarak 1975 yılında Csikszentmihalyi'nin "Beyond Boredom and Anxiety" adlı kitabında bireyleri serbest zaman etkinliklerine iten nedenleri açıklamak üzere kullanılmıştır. Csikszentmihalyi, araştırmaları sonucunda yoğun olarak bir etkinlikle ilgilenme ve haz almayı, "akış deneyimi/optimal performans duygu durumu" olarak adlandırmıştır. Csikszentmihalyi (2017), optimal deneyimin bizim meydana getirdiğimiz bir fenomen olduğunu öne sürerken şu örnekleri verir; bir çocuk için optimal deneyim, daha önce yaptığı kulelerden daha büyük bir kule inşa ederken titreyen parmaklarıyla kulenin son parçasını koymaya çalıştığı andır; bir yüzücü için optimal deneyim, kendi rekorunu kırmaya çalıştığı andır; bir kemancı için ise çok karışık bir müzikal pasajda ustalaşmaktır. Her bireyin kendini geliştirmesi için binlerce fırsat ve meydan okuyuş vardır. Bu tür deneyimlerin o an için pek de haz verici olması gerekmez. Bir yüzücünün kasları, asla unutamayacağı bir yarış sırasında aşırı yorulabilir, bu yüzücü o anda akciğerlerinin adeta patlayacağını hissedebilir ve yorgunluktan şaşkına dönebilir; yine de, bu anlar geriye dönüp baktığında o yüzücü için yaşamın en iyi anları olmuştur.

Csikszentmihalyi, özellikle oyun ve sporda ve kimi etkinliklerde eşsiz bir unsurun olduğunu öne sürer ve bunu, akış algısı olarak tanımlar. Bu durumu, aktivite ya da oyundaki ahenk veya oyuna dalma ile karakterize eder. Oyunun zirvesinde, oyuncular zaman algılarını ve çevresindekileri unutmaya meyilli olurken farklı bir varoluş deneyimleri. Bu tür bir akış, bir işle ilgili çalışma esnasında gerçekleşebileceği gibi yaygın olarak daha çok spor, oyun ve etkinlik ortamlarında kendini göstermektedir (Csikszentmihalyi, 2017).

Akış, insanların bir aktiviteye yoğun bir şekilde dahil olduğu sırada, başka hiçbir şeyin önemli olmadığı psikolojik bir durumdur. Akışta, insanlar tüm dikkatini etkinliğe verirler. Böylece yeni beceriler öğrenerek kendilerini geliştirmeleri ve özgüvenlerini arttırmaları da olasıdır (Csikszentmihalyi, 1990). Farklı bir ifadeyle akış deneyimi, bireyin aktiviteye tam konsantre olarak tüm ilgisini yapmış olduğu etkinliğe vermesi ve yaptığı etkinlikte algıladığı zorluğa göre yeterli düzeyde beceriye sahip olduğunu hissetmesi ile yaşadığı içsel haz olarak tanımlanmıştır (Jackson ve ark., 2001).

Bu tanımlar, Csikszentmihalyi'nin akış teorisinin özelliklerine ışık tutmaktadır. Buna göre, bir aktivite anında akış deneyiminin yaşanmasını sağlayan bazı bileşenler bulunmaktadır. Csikszentmihalyi (2017) bu bileşenleri aşağıdaki gibi ifade etmiştir;

1. Görev Zorluğu-Beceri Dengesi (Challenge-Skill Balance)
2. Eylem-Farkındalık Birleşimi (Merging of action and awareness)
3. Açık (net) Hedefler (Clear Goals)
4. Belirli Geri Bildirim (Unambiguous Feedback)
5. Göreve Odaklanma (Total concentration on the task at hand)
6. Kontrol Duygusu (Sense of Control)
7. Kendilik Farkındalığının Azalması (Loss of Self-consciousness)
8. Zamanın Dönüşümü (Transformation of Time)
9. Amaca Ulaşma Deneyimi (Autotelic Experience)

Alan yazın incelendiğinde, Csikszentmihalyi'nin 1965 tarihli doktora tezi ile vücut bulan akış kuramı üzerine; öncelikle araştırmacının kendisi tarafından sanatçılar, atletler, müzisyenler, satranç ustaları ve cerrahlar üzerine yapılan çalışmalardan, günümüze ulaşana dek bu kuramdan yararlanarak geliştirilmiş farklı yapıdaki ölçeklere ve yayınlanmış araştırmalara ulaşmak mümkündür (Mitchell, 1998; Jackson ve Eklund, 2002; Aşçı ve ark., 2007; Carter ve ark., 2013). Rekreasyon ve serbest zaman araştırmalarında sıkça kullanıldığını gördüğümüz içsel motivasyonların (Barnett, 1980; Bradley ve Mannell, 1982; Weissinger ve Iso-Ahola, 1984; Weissinger ve Bandalos, 1995) önemli bir boyutu olan akış deneyimini ölçebilecek bir aracın, rekreasyonel etkinlikler için değerlendirilerek Türkçe'ye uyarlanması, bu ölçeğin psikoloji alanında özellikle Csikszentmihalyi (1975) tarafından önerilen tüm akış (flow) bileşenlerini kapsamı açısından önem taşımaktadır. Ayrıca akış kuramının; son dönemde yapılan çalışmalarda ciddi boş zaman perspektifi ile ilişkilendirilmesi, rekreasyonel aktivitelerde yaşanan deneyimleri özgün bir yaklaşımla aydınlatması, rekreasyonel etkinlik ve programların değerlendirilmesine imkan tanınması açısından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmanın amacı, Csikszentmihalyi'nin (1975, 1987, 1988, 1990) 'Flow' teorisine dayanarak Rheinberg ve ark. (2003) tarafından geliştirilmiş ve Almanca orijinal adı 'Flow Kurz Skala' (Flow Short Scale) olan ölçeğin Türkçe uyarlamasını yaparak geçerlik ve güvenilirliğini rekreasyonel etkinlikler için değerlendirmektir.

## **Yöntem**

### *Ölçme aracı*

Bu çalışmanın amacı, Csikszentmihalyi'nin (1975, 1987, 1988, 1990) 'Flow' teorisine dayanarak Rheinberg ve ark. (2003) tarafından geliştirilmiş ve Almanca orijinal adı 'Flow Kurz Skala' (Flow Short Scale) olan ölçeğin Türkçe uyarlamasını yaparak geçerlik ve güvenilirliğini rekreasyonel etkinlikler için değerlendirmektir. Alanyazın incelendiğinde, İşigüzel ve Çam'ın 2014 yılında ölçeğin Türkçe uyarlama, geçerlik ve güvenilirlik çalışmasını, Flow Yaşantısı Ölçeği Kısa Formu başlığı ile yabancı dil derslerinde Türk öğrencilerinin flow yaşantısı düzeylerini ölçme amacıyla yaptığı görülmektedir. Bu yeni uyarlama çalışması kapsamında ölçeğin dilimize aktarımı 'Flow Yaşantı Ölçeğinin Rekreasyonel Etkinliklere Uyarlanması' başlığı tercih edilmiştir. Ölçüm aracı 13 madde ve iki alt boyuttan oluşmaktadır. Akış ve kaygı olarak adlandırılan ölçekten alınabilecek en yüksek puan 65 en düşük puan ise 13 tür. Kaygı alt boyutundaki maddeler ters kodlanmaktadır.

Rheinberg, Vollmeyer ve Engeser (2003) Flow Yaşantısı Ölçeği Kısa Formu ile elde edilmesi hedeflenen flow yaşantısı verilerinin ESM (Experience Sampling Method) yaşantı örnekleme yöntemi ile toplanmasını önermektedirler. ESM yöntemi, kişilerin aktivite esnasında yaşantılarına olabildiğince yaklaşabilmek amacıyla Csikszentmihalyi ve Larson (1987) tarafından önerilmiştir. Bu yöntemin avantajı, ölçümün aktiviteye kısa bir ara verilmesiyle yapılabilmesi ve aktivite yaşantısı ile ilgili geçerli ve güvenilir verinin uygun kısa formlu ölçekler vasıtasıyla kısa sürede toplanmasına olanak sağlamasıdır. Diğer taraftan etkinlik ile ilgili genel durumu belirlemek açısından ölçüm aracı en sık yapılan etkinlik düşünülerek de uygulanabilmektedir. Dolayısıyla durumluluk ya da süreklilik

bazında değerlendirilen rekreasyonel etkinliklere yönelik flow yaşantısı ölçeği, önceki araştırmalara ek olarak genel flow yaşantısını ölçmede etkin bir araç olacağı düşünülmektedir.

### Verilerin toplanması

Veri toplama aracının dil geçerliliği uzman görüşleri doğrultusunda yapılmış ve dilsel eşdeğerliği sınamak için pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Dil geçerliliği sağlanan form Gazi Üniversitesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi'nde farklı bölümlerde öğrenim gören 281 öğrenci ile sınanmış ve açılımcı faktör analizi için veriler elde edilmiş, örneklem büyüklüğünün yeterliliği belirlendikten sonra açılımcı faktör analizi yapılmış, yapılan faktör analizi sonrası veriler ikinci kez test edilip yapı geçerliliğine kanıt aranmıştır. 312 katılımcı ile yapılan tekrar test sonucunda yapılan doğrulayıcı faktör analizi yapıyı doğrular nitelikte olarak belirlenmiştir. Verilerin toplanma aşamasında katılımcılardan en sık katıldıkları etkinlikleri baz alarak ölçüm aracına yanıt vermeleri istenmiştir.

### Verilerin analizi

Örneklem grubunun büyüklüğünün test edilmesi amacıyla yapılan KMO ve Bartlett testi sonuçları örneklem grubunun (.84,  $p < 0.001$ ) yeterli büyüklükte olduğunu destekler nitelikte olduğu belirlenmiştir. KMO değerinin yüksek olması, ölçekteki tüm değişkenlerin, diğer değişkenler tarafından mükemmel bir şekilde tahmin edilebileceği ve faktör analizine devam edilebileceği anlamına gelir. Açılımcı faktör analizi ile verilerin faktör yükleri, açıkladığı varyans değerleri betimlenmiş, aynı zamanda her faktör için iç güvenirlik katsayıları alınmış, elde edilen yapının doğrulanması adına doğrulayıcı faktör analizi aşamasına geçilmiştir. Yapılan analizlere dair bulgular aşağıda gösterilmektedir.

## Bulgular

**Tablo 1.** Ölçeğinin faktör analizine uygunluğuna ilişkin veriler

KMO ve Bartlett's Testi Bulguları		
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uyum Ölçüsü	.845	
Bartlett Küresellik Testi	$\chi^2$	1309.627
	sd	78
	p	.000

Örneklem grubunun yeterliliğine yönelik test sonuçları ile Bartlett Küresellik testi sonuçları örneklem grubunun yapılacak analizler için yeterli olduğunu gösterir düzeydedir (.84; 1309.627,  $p < 0,001$ ).

**Tablo 2.** Etkinlik tecrübe ölçeğine dair açımlayıcı faktör analizi sonuçları

Madde	Akış	Kayı	Cronbach Alpha	Açıklanan Varyans
1	Etkinlik zorluk derecesinin seviyeme uygun olduğunu düşünüyorum.	.560		%36.41
2	Etkinlik esnasında düşüncelerim sorunsuz ve akıcıdır.	.710	.82	
3	Etkinlikte zamanın nasıl geçtiğini anlamıyorum.	.734		
4	Etkinliğe konsantre olmakta zorluk çekmiyorum.	.488		
5	Etkinlik esnasında zihnim tertemiz.	.767		
6	Etkinliğe tamamen yoğunlaşmış durumdayım.	.758		
7	Etkinlik esnasında doğru düşünceler/hareketler kendiliğinden gerçekleşmektedir.	.699		
8	Etkinliğin her adımında ne yapmam gerektiğini biliyorum.	.692		
9	Etkinlikte her şeyi kontrol altında tuttuğumu hissediyorum.	.710		
10	Kendimi etkinliğe tamamen kapıyorum.	.613		
11	Benim için önemli olan etkinlik başarımın tehlikede olduğunu düşünüyorum.		.789	.71
12	Etkinlik esnasında hata yapmamalıyım.		.735	%14.78
13	Etkinlikte başarısız olmaktan korkuyorum.		.803	
Toplam			.78	%51.19

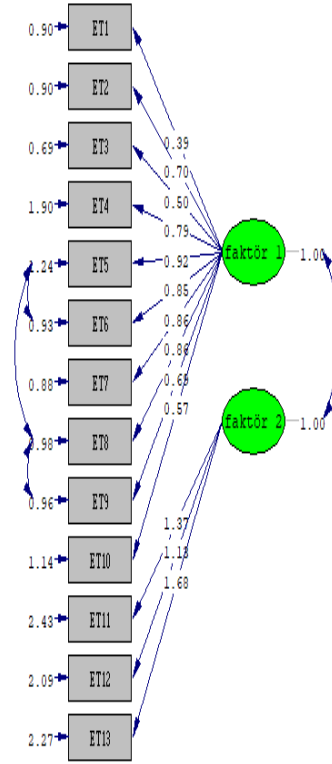
Yapılan açımlayıcı faktör analizi doğrultusunda kesme değeri .40 olarak belirlenmiş, toplamda 13 maddeden oluşan soru havuzu iki alt boyut altında toplanmıştır. Toplam varyansın %51'inin açıklandığı faktör analizi sonucunda .49 ila .80 arasında değişen bir madde faktör yükleri elde edilmiştir. Birinci alt boyut için .82 olan iç tutarlılık katsayısı, ikinci alt boyut için .71 olarak belirlenmiştir. Etkinlik tecrübe ölçeğinin toplam iç tutarlılık katsayısı ise .73 olarak saptanmıştır. Rekreatif etkinlik tecrübe ölçeği 5'li Likert tipi bir ölçüm aracı olup, ölçekten alınabilecek en düşük puan 13, en yüksek puan ise 65 olarak değerlendirilmektedir. Toplam puanlar hesaplanırken ölçüm aracı yer alan alt boyutlardan kaygı alt boyutundaki maddeler ters kodlanmalıdır.

Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonrası elde edilen yapının geçerliliğini ve doğruluğunu test etmek üzere doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Test tekrar test sonrası yapılan DFA'nın yapı geçerliliğine kanıt oluşturduğu görülmektedir (RMSEA .083, SRMR 0.72, NFI 0.90, CFI 0.93, NNFI 0.91,  $\chi^2/df$  3.14).

**Tablo 3.** Uyum ölçüleri ve model uyumu için sınır değerleri

Uyum Ölçüsü	İdeal Uygunluk Değerleri	Kabul Edilir Uyum	Uyumsuzluk	Elde edilen değerler
RMSEA	0-0.05	0.05-0.09	> 0.10	0.083
CFI	1	0.90-0.99	<0.90	0.93
NNFI	1	0.95-0.99	<0.95	0.90
$\chi^2/df$	<=2	2-5	5+	3.14

Kaynak: Özdamar (2016, 185); Özdamar (2013, 242)



Chi-Square=191.71, df=61, P-value=0.00000, RMSEA=0.083

**Sekil 1.** Doğrulayıcı faktör analizi diyagramı

## Tartışma ve Sonuç

Etkinlik tecrübesi kavramına yönelik çalışmalar farklı yapılarda literatürde değerlendirilmektedir. Özkara ve Özmen'in (2016) literatürde yer alan farklı yaklaşımlara yer verdiği çalışmasında da belirtildiği gibi, alan yazında etkinlik tecrübe kavramına yönelik ortak paydada buluşulmadığı gözlemlenmektedir. Literatürde akış deneyimi olarak da yer bulan etkinlik tecrübesi araştırmalarının, spor alanında başladığı; oyun, sanat, dans ve müzik, eğitim ve çalışma gibi insan yaşamının pek çok yerinde yaşanabildiği görülmektedir. Örneğin, çalışmanın bir oyun gibi algılanırsa akış deneyimi araştırmalarının çalışma yaşamını da kapsayabileceği öngörülmüştür. Böylece, bu alanda akış deneyimi araştırmaları hız kazanmıştır. Benzer şekilde, eğitim alanında öğrencilerin akademik başarısını arttırmak; dans, sanat ve müzikte yaratıcılık için akış deneyiminin etkisine yönelik yeni çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Böylece, akış deneyimi araştırmalarının insanı ilgilendiren çeşitli alanlarda uygulanabileceğini söylemek mümkündür. Akış deneyimi boyutlarının birbirini tamamlayıcı ve destekleyici, akış deneyimini inşa eden unsurlar olduğu görülmektedir. Akış deneyiminin anlaşılabilir olması için spor, sanat, müzik, boş zamanda ya da çalışma yaşamında nasıl işler



olduğunun belirlenmesi önem teşkil etmektedir (Turan, 2019). Bu doğrultuda geliştirilmeye çalışılan Flow: rekreasyonel etkinlik tecrübe ölçeği uyarlama çalışmasının alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Literatürde etkinlik tecrübesine yönelik yapılmış pek çok araştırma mevcuttur. Bunlardan biri olan İşigüzel ve Çam'ın (2014) flow yaşantısını belirlemeye yönelik gerçekleştirdikleri uyarlama çalışmasının sonuçları incelendiğinde; ölçeğin faktör yapısını belirlemek amacıyla yapılan AFA çalışması sonucunda araştırmamızla benzer şekilde, toplam 13 maddenin 2 faktör altında toplandığı ve varyansın %44.06'sını açıkladığı belirlenmiştir. Araştırmada flow yaşantısı boyutu için iç tutarlılık katsayısı .88, kaygı yaşantısı boyutu için .67 ve ölçeğin toplam puanı için iç tutarlılık katsayısının .78 olduğu saptanmıştır. Çalışmada uyarlaması yapılan ölçek için elde edilen sonucun güvenilirlik ölçütlerini ve yapı geçerliliğini karşıladığı görülmektedir.

Ayrıca maddelerin faktörlere yüklenme durumlarına bakıldığında ölçeğin orijinalinde belirtildiği gibi (Rheinberg, Vollmeyer ve Engeser, 2003) flow ve kaygı yaşantısı faktörlerinde kümelenedikleri saptanmıştır. Faktör analizine ilişkin bu sonuçlar uyarlanan ölçeğin Türk kültüründe de basit ve kararlı bir yapı gösterdiği şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca maddelerin ilgili oldukları alt ölçek puanlarıyla olan ilişkilerinin de tatminkâr düzeyde olması ölçülmesi hedeflenen yapının homojenliğine işaret etmektedir. Literatürde teorik olarak ölçeğin flow ve kaygı yaşantısı arasında negatif ilişki olduğu kabul edilmektedir. Bu çalışmada da anlamlı olmamakla birlikte negatif yönde bir ilişki gözlenmiştir.

Aslı Uz Baş'ın (2019) akış yaşantısı ölçeğinin geçerlik ve güvenilirlik analizlerini yaptığı araştırma sonucunda, araştırmamızın aksine doğrulayıcı faktör analizinin ilk uygulanması sonucu veri setinin mevcut ölçek yapısını doğrulamadığı görülmüştür. Programın modifikasyon önerileri doğrultusunda 8 madde ölçekten çıkarılmıştır. Ölçeğin 12 maddelik ve iki boyutlu son şeklinin iyi uyum değerleri verdiği görülmüştür ( $\chi^2/sd = 2.640$ ,  $GFI = .926$ ,  $CFI = .961$ ,  $RMSEA = .076$ ). Ölçeğin faktör yüklerinin .35 ile .91 arasında değiştiği bulunmuştur. Ölçeğin Cronbach alfa katsayıları alt ölçekler ve toplam ölçekler için sırasıyla .93, .83 ve .91 olarak bulunmuştur.

İnternet oyunlarına yönelik akış deneyimini belirlemek adına geliştirilen ölçüm aracının en düşük faktör yükünün .66 olduğu ve doğrulayıcı faktör analizi bulgularının araştırmamızla benzer şekilde uyum indeksleri içerisinde yer aldığı ( $\chi^2 = 2.77$ ,  $NNFI = 0.947$ ,  $CFI = 0.954$ ,  $RMSEA = 0.040$ ) belirlenmiştir (Wang, Liu ve Khoo, 2009). Akış yaşantısının yanı sıra akış durumunu da betimlemeye yönelik geliştirilen ölçüm araçlarına dair araştırmalar literatürde yerini almaktadır. Bunlardan biri olan araştırmada Türk edebiyatı dersinde akış yaşantısının belirlenmesi amaçlanarak geliştirilen ölçüm aracının psikometrik özellikleri analiz edilmiş, varyansın toplamda %69.32'unun açıklandığı belirlenmiştir. 13 maddelik araştırmamızla kısmen benzerlik gösteren ölçüm aracı; akış, sıkılma ve kaygı adı altında 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçüm aracının alt boyutlarına ilişkin iç güvenilirlik katsayıları güvenilir değerler olan 0.84 ile 0.88 arasında değişmektedir. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre RMSEA, 0.088;

NFI, 0.93; NNFI, 0.94; CFI, 0.95; IFI, 0.95; GFI, 0.90 ve AGFI değeri ise 0.85 olarak belirlenmiş ve geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı ortaya koyulmuştur (Eryılmaz ve Mamadov, 2015).

Ölçeğin iç tutarlık güvenilirlik katsayılarına bakıldığında Cronbach Alfa katsayıları değerlerinin flow yaşantısı boyutu için .82, kaygı yaşantısı boyutu için .71 ve ölçeğin toplamı için .78 olduğu görülmüştür. Bir ölçeğin güvenilirliğinin yüksek kabul edilmesi için genel olarak kabul edilen değer .70 ve üstü olması yönündedir. Uyarlanan ölçek için elde edilen değerler toplam ölçek puanı ve flow ve kaygı boyutu için bu ölçütü karşılamaktadır. Kaygı yaşantısı alt boyutunda yer alan değer .70'den düşük olmadığı ve bu boyutta sadece üç maddenin olması bu değer kabul edilir olduğu şeklinde değerlendirilebilir.

Araştırma sonucunda; 281 üniversite öğrencisinden elde edilen veriler ile KMO-Barlett testi yapılarak örneklem büyüklüğü test edilmiş (.84; 2052, 218,  $p < 0,001$ ) ardından yapılan açımlayıcı faktör analizi ile 2 boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Yapılan açımlayıcı faktör analizi doğrultusunda kesme değeri .40 olarak belirlenmiş, toplamda 13 maddeden oluşan soru havuzu iki alt boyutta toplanmıştır. Toplam varyansın %51'inin açıklandığı faktör analizi sonucunda .48 ila .80 arasında değişen bir madde korelasyonu elde edilmiştir. Birinci alt boyut için .86 olan iç tutarlılık katsayısı, ikinci alt boyut için .70 olarak belirlenmiştir. Etkinlik tecrübe ölçeğinin toplam iç tutarlılık katsayısı ise .78 olarak saptanmıştır. Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonrası elde edilen yapının geçerliliğini ve doğruluğunu test etmek üzere doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Test tekrar test sonrası yapılan DFA'nın yapı geçerliliğine kanıt oluşturduğu görülmektedir (RMSEA .083, SRMR 0.72, NFI 0.90, CFI 0.93, NNFI 0.91,  $\chi^2/df$  3.14).

Sonuç olarak etkinlik tecrübesini belirlemede geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı ortaya koyulmuştur. Bireylerin rekreasyonel etkinlikler bağlamında etkinlik tecrübesini değerlendirmek adına geçerli bir araç olduğu yapılan analizler doğrultusunda kanıtlanmıştır. Ölçüm aracı katılımcılar üzerinde etkinlik sonrasında, etkinlik sırasında ya da etkinlik ile ilgili genel bağlamda kullanılabilir. Ölçüm aracı genel olarak çalışma gruplarının en sık katıldıkları boş zaman etkinliği üzerinden de değerlendirilebilmektedir. Dolayısıyla ölçüm aracı anlık ya da genel olarak kullanılmaya uygun bir araçtır. Uyarlanan ölçüm aracının farklı örneklem grupları ve etkinlik yelpazesi açısından rekreasyonel etkinlik tecrübesine yönelik akış yaşantısını belirlemede etkili ve verimli bir araç olacağı düşünülmektedir.

***Yazışma Adresi (Corresponding Address):***

*Tebessüm Ayyıldız Durhan  
Gazi Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi  
E-posta: tebessum@gazi.edu.tr*

## Kaynaklar

1. **Aşçı, F. H., Çağlar, E., Eklund, R. C., Altıntaş, A. ve Jackson, S.** (2007). Durumluk ve Sürekli Optimal Performans Duygu Durum-2 Ölçekleri'nin Uyarlama Çalışması. *Spor Bilimleri Dergisi*, 18(4), 182-196.
2. **Barnett, L.** (1980). The social psychology of children's play: Effects of extrinsic rewards on free play and intrinsic motivation. In S. Iso-Ahola (Ed.), *Social psychological perspectives on leisure and recreation* (ss. 138-170). Springfield, IL: Charles Thomas.
3. **Bradley, W., ve Mannell, R.** (1982, August). *The effects of extrinsic rewards and reward procedures on intrinsic motivation and psychological experience offlow during play*. Paper presented at the American Psychological Association Annual Convention, Washington, DC.
4. **Carter, L., River, B. ve Sachs, M. L.** (2013). Flow in Sport, Exercise, and Performance: A Review with Implications for Future Research. *Journal of Multidisciplinary Research*, 5(3), 1947-2900.
5. **Csikszentmihalyi, M.** (1975). *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
6. **Csikszentmihalyi, M.** (1988). The future of flow. In M. Csikszentmihalyi ve I. Csikszentmihalyi (Eds.), *Optimal experience: Psychological studies of flow in consciousness* (ss. 364-383). New York: Cambridge University Press.
7. **Csikszentmihalyi, M.** (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. New York: Harper & Row.
8. **Csikszentmihalyi, M.** (2017). *Flow and the foundations of positive psychology: the collected works of Mihaly Csikszentmihalyi*. New York: Springer.
9. **Csikszentmihalyi, M., ve Larson, R.** (1987). Validity and reliability of the Experience Sampling Method. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 175, 529-536.
10. **İşigüzel, B., ve Çam, S.** (2014). Flow Yaşantısı Ölçeği Kısa Formunun Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *International Journal of Human Sciences*, 11(2), 788-801.
11. **Jackson, S. A. ve Eklund, R. C.** (2002). Assessing Flow in Physical Activity: The Flow State Scale-2 and Dispositional Flow Scale-2. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 24(2), 133-150.
12. **Jackson, S.A., Thomas, P.R., Marsh, H.W. ve Smethurst, C.S.** (2001). Relationships between Flow, Self-Concept, Psychological Skills, and Performance. *Journal of Applied Sport Psychology*, 13, 129-153.
13. **Mitchell, R. G.** (1998). Sociological Implications of the Flow Experience, In M. Csikszentmihalyi ve I. S. Csikszentmihalyi (Eds.), *Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness* (s. 36-59). Cambridge: Cambridge University Press.
14. **Nakamura, J. ve Csikszentmihalyi, M.** (2002). The concept of flow. In C. R. Snyder & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology* (s. 89-105). New York: Oxford University Press.
15. **Nakamura, J. ve Csikszentmihalyi, M.** (2009). Flow Theory and Research. In C. R. Snyder Erik Wright ve C. R. Snyder Erik Wright (Eds.), *Handbook of Positive Psychology* (s. 195-206). Oxford: Oxford University Press.
16. **Özdamar, K.** (2013). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi* (9. Bs.). Eskişehir: Nisan Kitabevi.
17. **Rheinberg, F., Vollmeyer, R. ve Engeser, S.** (2003). Die Erfassung des Flow-Erlebens [The assessment of flow experience]. In J. Stiensmeier-Pelster & F. Rheinberg (Eds.), *Diagnostik von Motivation und Selbstkonzept* (ss. 261-279). Göttingen: Hogrefe.
18. **Turan, N.** (2019). Akış deneyimi üzerine genel bir literatür taraması. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 37, 181-199.
19. **Uz Baş, A.** (2019, 12-14 Nisan). *Akış Yaşantısı Ölçeği'nin Türkçeye uyarlanması, geçerlik ve güvenilirlik çalışması*. I. Uluslararası Bilim, Sanat ve Teknoloji Sempozyumu, İzmir.
20. **Wang, C.K.J., Liu, W.C. ve Khoo, A.** (2009). The Psychometric Properties of Dispositional Flow Scale-2 in Internet Gaming. *Curr Psychol*, 28, 194-201. DOI 10.1007/s12144-009-9058-x.
21. **Weissinger, E. ve Bandalos, D. L.** (1995). Development, reliability and validity of a scale to measure intrinsic motivation in leisure. *Journal of Leisure Research*, 27, 379- 400.
22. **Weissinger, E. ve Iso-Ahola, S.E.** (1984). Intrinsic leisure motivation, personality and physical health. *Society and leisure*, 7, 217-228.
23. **Özdamar, K.** (2016). *Eğitim, sağlık ve davranış bilimlerinde ölçek ve test geliştirme yapısal eşitlik modellemesi: IBM SPSS, IBM SPSS AMOS ve MINITAB uygulamalı*. Eskişehir: Nisan Kitabevi.

# Zihinsel Yetersizliği Olan Çocuklarda, Uyarlanmış Su İçi Egzersizlerin Sosyal Beceriler Üzerine Etkisi

Yeşim ALBAYRAK KURUOĞLU<sup>1</sup>, Dilek UZUNÇAYIR<sup>2,3</sup>

<sup>1</sup>Haliç Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü  
<sup>2</sup>Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor A.B.D. Doktora Programı Özel Öğrencisi  
<sup>3</sup>İstanbul Gaziosmanpaşa Belediyesi, Zatiğül Hanım Kültür Merkezi Spor Uzmanı

## Araştırma Makalesi

### Öz

*Yetersizliğin engelleme dönüşmesinin önlenmesi amacıyla, bireyin yaşadığı çevre onun ihtiyaçlarına uygun hale getirilebilir. Yetersizliği olan bireylerin, eğitim haklarından yararlanmaları için eğitim ortamı, bireysel yetersizlikleri göz önüne alınarak oluşturulmuş eğitim programlarıyla tasarlanabilir. Beden sağlığı iyi olan, temel motor becerileri sergilemede sıkıntı yaşamayan zihinsel yetersizliğe sahip çocukların, topluma kolay uyum sağladığı bilinmektedir. Su içi egzersizler, tüm çocuklar için, genel sağlık, fiziksel uygunluk, istenen davranış değişikliği, özgüven kazanma, sosyalleşme ve topluma uyum düzeyinin gelişmesine katkıda bulunur. Bu çalışmanın amacı; hafif ve orta derecede zihinsel yetersizliği olan çocuklarda uyarlanmış su içi egzersizlerin, bazı sosyal beceri parametrelerine etkisini incelemektir. Yaşları 10-12 arasında (Ortalama±Standart Sapma; Yaş(yıl) 11,46±0,64) zihinsel yetersizliği olan kız ve erkek 15 çocuk, gerekli tüm izinler alınarak çalışmaya katılmışlardır. İstanbul'da bir belediyeye ait yüzme havuzunda, haftada 2 gün temel yüzme becerilerini geliştirici su içi egzersizler, haftada 1 gün kara egzersizleri olmak üzere haftada 3 gün, toplam 14 hafta süreyle çocukların zihinsel ve fiziksel durumuna göre uyarlanmış özel bir egzersiz programı uygulanmıştır. Akçamete ve Avcıoğlu'nun (2005) geliştirdiği 7-12 yaş çocuklara yönelik Sosyal Beceri Değerlendirme Ölçeği, 14 haftalık programın öncesinde ve sonrasında eğitimcileri tarafından değerlendirilmiştir. Ölçeğin "Bilişsel beceriler" ve "Grupla çalışabilme becerileri" verilerinde istatistiksel olarak anlamlı bir gelişme gözlenmemiştir ( $p>0,05$ ). Temel sosyal beceriler, temel konuşma, ileri konuşma, ilişkiyi başlatabilme, ilişkiyi sürdürülebilme, duygusal beceriler, kendini kontrol edebilme, saldırgan davranışlarla başa çıkabilme, sonuçları kabul etme, yönergeye uyum boyutlarının ön-test ve son-test verileri arasında ise istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Uyarlanmış su içi egzersizler, zihinsel yetersizliği olan çocukların bazı sosyal beceri parametrelerine olumlu etkide bulunmuştur.*

**Anahtar sözcükler:** Zihinsel yetersizlik, Çocuklar, Uyarlanmış su içi egzersizler, Sosyal beceri

## Impact of Adapted Aquatic Exercises on Social Skills of Children with Intellectual Deficiencies

### Abstract

*In order to prevent disability, individuals' lives with certain deficiencies can be adjusted according to their needs. Individuals with deficiencies benefit from educational rights if their educational environment is designed by considering individual circumstances. It is known that children with intellectual deficiencies but well physical health, adapt easily to society if they do not have difficulty in displaying basic motor skills. Aquatic exercises contribute to the development of general health, physical fitness, desired behavior change, gaining self-confidence, socialization and social adjustment for all children. The purpose of this study; is to investigate the effect of adapted aquatic exercises on some social skill parameters in children with mild and moderate intellectual deficiencies. 15 boys and girls aged 10-12 (mean±standard deviation; age (years) 11.46±0.64) with intellectual deficiencies participated in the study with all necessary permissions. An aquatic exercise program adapted to the mental and physical condition of the children was implemented during 14 weeks, including water exercises that improve basic swimming skills for 2 days and land exercises 1 day a week, in a community swimming pool in Istanbul. Akçamete and Avcıoğlu's (2005) Social Skills Assessment Scale for children aged 7-12, was answered by children's instructors before and after the 14-week program. There was no statistically significant improvement in "Cognitive skills" and "Group work skills" data ( $p>0.05$ ). Statistically significant differences were found between the pre-test and post-test data of the basic social skills, basic speech, advanced speech, initiating the relationship, maintaining the relationship, emotional skills, self-control, coping with aggressive behaviors, accepting the results, and adapting to the instruction sub-dimensions. ( $p<0.05$ ). Adapted aquatic exercises had a positive effect on some social skill parameters of children with intellectual deficiencies.*

**Keywords:** Intellectual deficiency, Children, Adapted aquatic exercises, Social skills

### Giriş

Tipik gelişim gösteren akranlarına göre bir veya birden fazla gelişim alanında yetersizlikleri olan çocuklar için düzenlenen uyarlanmış beden eğitimi, fiziksel aktivite ve spor etkinlikleri, bu çocukların ihtiyacı olan özel eğitimin tamamlayıcı faktörlerdendir. Yetersizlik, bireyin doğum öncesi, doğum sırasında veya doğumdan sonra meydana gelen zedelenme sonucu normal durumda yapması gereken bir işlevi yerine getirememesi, sınırlı kapasiteye sahip olması, herhangi bir organın işlevini yitirmesi, bedensel veya zihinsel davranışların kısıtlanması durumudur (Metev ve Yıldırım, 2018). Yetersizlik, sahip olduğu koşullara bağılı olarak engelliliğe neden olabilmektedir. Engel, yetersizlik yaşayan bireyin çevre ile etkileşimi sırasında karşılaştığı zorluktur (Ataman, 2011; Metev ve Yıldırım, 2018). Yetersizliğin engele dönüşmesinin önlenmesi amacıyla, bireyin yaşadığı çevre onun ihtiyaçlarına uygun hale getirilebilir. Yetersizliği olan bireylerin, eğitim haklarından yararlanmaları için eğitim ortamı, bireysel yetersizlikleri göz önüne alınarak oluşturulmuş eğitim programlarıyla tasarlanabilir. (Individuals With Disabilities Education Act- IDEA, 1997; Ataman, 2011; Metev ve Yıldırım, 2018). 20 Kasım 1989 tarihinde Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nda kabul edilen UNICEF "Çocuk Haklarına Dair Sözleşmesi"ne göre ise, bütün çocukların temel sağlık hizmetlerinden yararlanması,

koruyucu sağlık ve sağlık eğitimi hizmetlerinin geliştirilmesi amacıyla üye devletlerin önlem alması gerektiği vurgulanmaktadır (UNICEF, 1989).

Zihinsel yetersizlik, gelişim dönemleri sürecinde bireyin zihinsel işlevlerinde günlük yaşamını etkileyecek derecede geri kalması ve bununla birlikte uyumsal davranışların iki veya ikiden fazlasında yetersizlik gösterme durumu olarak tanımlanmaktadır (Eripek, 1998, Mete ve Yıldırım, 2018). Zihinsel yetersizliği olan çocuklar, zihinsel işlevler açısından normal gelişim gösteren yaşatlarına göre ortalamanın iki standart sapma altında farklılık gösteren, buna bağlı olarak kavramsal, sosyal ve pratik uyum becerilerinde eksiklikleri ya da sınırlılıkları olup, özel eğitim ile destek eğitim hizmetlerine ihtiyaç duyan çocuklardır (T.C. Resmi Gazete, 2012'den Akt. Özyürek ve Akça, 2015). Zihinsel yetersizliğe sahip çocuklara yönelik geliştirilen eğitim programlarının amaçları arasında toplumsal yaşama sağlıklı katılım ve topluma uyum yer almaktadır. Beden sağlığı iyi olan, temel motor becerileri uygulamada sıkıntı yaşamayan zihinsel yetersizliğe sahip çocukların, topluma daha kolay uyum sağladığı bilinmektedir (Akyüz, Taş ve Çelik, 2010; Sato ve ark.,2015).

Sosyal beceriler, içinde bulunulan sosyal ortama uygun davranabilme olarak açıklanmaktadır. Sosyal beceriler, aynı zamanda bireyin diğerleri ile olumlu etkileşim başlatarak devam ettirmelerini sağlayan etkin davranış parametreleridir (Akçamete ve Avcıoğlu, 2005). Sosyal beceriler, bireyin duygularını ifade edebilmesini, diğerleriyle iletişim kurabilmesini, kişisel haklarını savunabilmesine destek olabilir. Başka bir ifadeyle sosyal beceriler, toplum tarafından uygun görülen öğrenilmiş davranışlardır. Paylaşma, işbirliği, kendini kontrol etme gibi bir çok sosyal beceri, akran grupları ve aile içinde öğrenilmektedir. Ancak tüm çocuklar için bu geçerli olmayabilir. Zihinsel yetersizliği olan çocuklar gibi özel popülasyonlarda sosyal becerilerin kazandırılması ve geliştirilmesi, onların toplumla uyum sağlayabilmeleri açısından önemlidir (Akçamete ve Avcıoğlu, 2005; Akyüz, Taş ve Çelik, 2010).

Eğitim ve sosyal hizmet temelli kurumlarda sunulan beden eğitimi ve spor olanaklarının, herkes için uygulanabilir ve erişilebilir olması, temel insan hakkıdır. Uyarlanmış beden eğitimi, fiziksel aktivite ve spor (adapted physical education, physical activity and sports); psikomotor, bilişsel, duyuşsal alanlarda yetersizliğe sahip bireylerin katılımına uygun olarak tasarlanmış programlardır. Winnick'e (2017) göre uyarlanmış beden eğitimi, temel motor beceriler, sağlıkla ilgili fiziksel uygunluk, su içi ve dans becerileri, bireysel ve grup oyunları ile bazı spor branşlarının (yüzme, voleybol, basketbol, atletizm vb.) 0-21 yaş arasındaki bireylerin özel ihtiyaçlarına göre düzenlenmesidir. Uyarlanmış fiziksel aktivite ve sporlar ise; eğitim, zindelik (wellness), serbest zaman, rekreasyon ve spora katılım amacıyla her yaş grubundan ve farklı düzeylerde yetersizlik yaşayan bireylere yönelik disiplinler arası yaklaşımla düzenlenen programlardır. Basketbolun, aynı sahada tekerlekli sandalye ile "tekerlekli sandalye basketbolu" olarak oynanması ile görme yetisi zayıflamış veya kaybetmiş bireyler için tasarlanmış golbol (goalball), uyarlanmış spor branşlarına örnek olarak verilebilir (Winnick, 2017).

Su içi egzersizler, tüm çocuklar için, genel sağlık, fiziksel uygunluk, istenen davranış değişikliği, zgven kazanma, sosyalleşme ve topluma uyum düzeyinin gelişmesine katkıda bulunur (Yılmaz ve ark., 2004; Pan, 2010; Bella, 2019). Gelişim seviyesi ne olursa olsun, her yetenek düzeyinden ocuk, su içinde uygulanan egzersiz ve aktivitelere katılabilir. Ancak yeni başlayan çocuklarda, suya alışma egzersizleri yardımıyla önce suda kendine güven kazandırıldığından emin olunması önerilir (Lee ve Porretta, 2013). Su içi egzersizlere katılan zihinsel yetersizliği olan bireyler, oyun ve hareketler aracılığıyla duygularını ifade etme imknı bulurlar. Saldırđanlık, utangaçlık, kıskançlık gibi stereotipik duyguların kontrol edilerek azaldığı; bununla birlikte sosyal etkileşimin arttığı gözlenebilir (Yılmaz ve ark., 2004; Lepore ve ark., 2007; Tekin, Suveren ve Eliz, 2009).

Bu çalışmanın amacı; İstanbul'a bağlı bir belediye havuzunda, hafif ve orta derecede zihinsel yetersizliği olan çocuklara yönelik düzenlenen uyarlanmış su içi egzersizlerin, bu çocukların bazı sosyal beceri parametreleri üzerinde değişiklik yaratıp yaratmadığını incelemektir. Bu çalışmanın konusu, ilgili belediyenin kendi sınırları içinde yaşayan engelli vatandaşlarına yönelik verdiği düzenli hizmetlerden yalnızca biri olup, ilk 14 haftalık kesiti yansıtılmaktadır. Bununla birlikte, uyarlanmış su içi egzersizlerin sağlıkla ilgili fiziksel uygunluk parametreleri üzerine etkisi ve ebeveyn geribildirimleri hakkında da veri toplanmış olsa da, söz konusu bu çalışmaya dahil edilmemiştir.

## **Yöntem**

### *Katılımcılar*

İstanbul'a bağlı bir ilçe belediyesinin, kamu hizmeti olarak düzenlediği çeşitli fiziksel aktivite ve spor etkinliklerinden biri olan uyarlanmış su içi egzersizlere katılım koşulları aşağıdaki gibidir:

Hafif ve orta derecede zihinsel yetersizliği olan (ilgili belediyede hane içinde kayıtlı birey, yetersizliğin tipi ve belediyeden aldığı hizmetler bilinmektedir), yüzme bilmeyen veya daha önce yüzme ile ilgili bir eğitim almamış olan, su içinde hareket becerilerini uygulayabilecek düzeyde fonksiyonel yeterliliğe sahip olan- başka bir deyişle fiziksel olarak yetersizliği bulunmayan ocuklar.

Bu çalışmaya, belediye hizmetinden yararlanan hafif ve orta derecede zihinsel yetersizliğe sahip, down sendromlu veya otistik olmayan, yaşları 10-12 arasında (Ortalama±Standart Sapma; Yaş(yıl) 11,46 ± 0,64) kız ve erkek toplam 15 ocuk, gerekli tüm izinler (belediye, aile, etik onay) alınarak katılmışlardır.

### *Veri Toplama Araçları*

#### *Sosyal Beceri Değerlendirme leği (SBDÖ)*

SBDÖ, sosyal etkileşimi arttırmak için iletişim yetersizliklerine yardım etmede önemli olan becerileri ölçmeyi amaçlamaktadır. Akçamete ve Avcioğlu (2005) tarafından geliştirilmiş olan SBDÖ, 7 ile 12 yaşlarındaki çocukların sahip olması gereken sosyal becerileri gözleme dayalı olarak değerlendirmeye imkan sunmaktadır. SBDÖ, beşli dereceleme şeklinde Likert tipi, 69 madde ve 12 alt bölümden oluşan sosyal beceri lme aracıdır.

Ölçeğe ait 12 bölüm ve içerikleri sırasıyla; temel sosyal beceriler ile ilgili 13 (göz teması kurabilme, uygun mimik ve jest kullanabilme, karşısındakiyle uygun mesafede durma gibi), temel konuşma becerileri ile ilgili 4 (konuşmayı başlatma, sürdürme, bitirme, yeniden başlatma), ileri konuşma becerileri ile ilgili 5 (ses şiddeti, tonu, akıcılığı gibi), ilişkiyi başlatma becerileri ile ilgili 5 (tanıdıklarıyla selamlaşma, onlara gülümseme, tanıştırma gibi), ilişkiyi sürdürme becerileri ile ilgili 6 (izin isteme, başkalarına yardım etme, başkalarından yardım isteme gibi), grupla iş yapma becerileri ile ilgili 9 (gruba katılmak için grup üyelerinden izin alma, grup faaliyetlerine katılma gibi), duygusal becerileri ile ilgili 6 (olumlu veya olumsuz duygularını ifade etme gibi), kendini kontrol etme becerileri ile ilgili 6 (sevinç, korku, üzüntü gibi duyguları kontrollü ifade edebilme gibi); saldırgan davranışlarla başa çıkma becerileri ile ilgili 4 (istemediği bir şeye hayır diyebilme, hakkını savunabilme gibi), sonuçları kabul etme becerileri ile ilgili 3 (başarısızlığı sakın karşılama, kızmadan sonuçları kabul etme gibi) yönergeye uyum becerileri ile ilgili 4 (soru sorma, sorulara cevap verme, sözel yönergelere uyma, kendi yönerge verme gibi) ve bilişsel beceriler ile ilgili 6 (bilgi edinme, kendini gözden geçirme, bir problemi çözmek için seçenekler üretme gibi) alt becerilere ait gözlem cümleleri bulunmaktadır. Maddelerin tamamı olumlu cümlelerle düzenlenmiştir.

Maddelere verilen cevaplar, "her zaman yapar", "çok sık yapar", "genellikle yapar", "çok az yapar" ve "hiçbir zaman yapmaz" şeklinde derecelendirilmiştir. "Her zaman yapar" cevabı 5, "hiçbir zaman yapmaz" cevabı ise 1 puan almaktadır. Düşük puan, sosyal becerilere yeterince sahip olunmadığı, yüksek puan ise sosyal becerilere sahip olduğunu göstermektedir (Akçamete ve Avcioglu, 2005). Eratay'ın (2013) serbest zaman aktivitelerinin zihinsel yetersizliği olan bireyler üzerine etkileri üzerine yaptığı çalışmasında, SBDÖ'nin geçerlik ve güvenilirliğini test ederek, bu ölçeğin zihinsel yetersizliği olanlarda da kullanılabileceğini ortaya koymuştur.

Tablo-1' de kullanılan puan aralıkları belirtilmektedir (Puan aralığı= (En yüksek değer-en düşük değer)/seçenek sayısı). Ölçekten en düşük 69, en yüksek 345 puan alınabilmektedir.

**Tablo 1.** SBDÖ'de yer alan seçeneklere ait puan aralıkları

Seçenekler	Verilen Puanlar	Puan Aralığı
Her zaman	5	4,21-5,00
Çok sık yapar	4	3,41-4,20
Genellikle yapar	3	2,61-3,40
Çok az yapar	2	1,81-2,60
Hiçbir zaman	1	1,00-1,80

### *Verilerin toplanması*

İstanbul'da bir belediyeye ait yüzme havuzunda, katılımcılara haftada 2 gün temel yüzme becerilerini geliştirici su içi egzersizler, haftada 1 gün kara egzersizleri olmak üzere haftada 3 gün, toplam 14 hafta süreyle özel bir egzersiz programı uygulanmıştır. Her seans öncesi ve sonrasında yapılan ısınma ve soğuma evreleri 10'ar dakika sürmüştür. 14 haftalık program süresinde her çocuk, özel sporcularla çalışma açısından



yetkin ve tecrübeli yüzme eğitmenleri tarafından takip edilmiştir. İlk 2 hafta, eğitmenler ve çocuklar arasındaki iletişimin gelişmesi, çocukların eğitmenlere yaklaşması ve güven duyması, su içindeki etkinlikleri öğrenmesinin kolaylaşması amacıyla havuz dışında, statik kuvvet alıştırılmaları, esneklik egzersizleri ve top oyunları oynatılmıştır. 3.haftada, çocukların suya adaptasyonu için, havuz içinde, top ve benzeri su içi ekipman kullanılarak oyunlar oynatılmıştır (Şekil 1). Çocukların yetenek seviyesi, su içinde beceriyi öğrenme ve uygulama yeteneği, su içinde durma ve ilerleyebilme mesafesi belirlenmiş, çocuklara nefes çalışmaları, ayak vuruşları, kol çalışmaları, kol-ayak ve nefes uyum çalışmaları birbir eğitmenler tarafından yapılarak çocuğun su içinde güven duygusunun gelişmesi sağlanmıştır (Şekil 2).



Şekil 1. Suya alışma oyunları



Şekil 2. Su içi becerilerin geliştirilmesi

Çalışmaya katılan zihinsel yetersizliği olan çocuklara 14 haftalık programın başlangıcında ve bitiminde Sosyal Beceri Değerlendirme Ölçeği (SBDÖ), eğitmenleri tarafından cevaplandırılmıştır. Ölçeği cevaplayan yüzme eğitmenlerinden, ölçekteki ifadeyi okuduktan sonra, değerlendirmesini yaptığı çocuğun sergilediği sosyal becerinin karşısında yazılı duruma uygun olanını işaretlemeleri, gözlemleyemediği beceriyi ise boş bırakmaları istenmiştir.

#### Verilerin analizi

14 haftalık su içi egzersizlerin sosyal becerilere olan etkisini belirlemek amacıyla uygulanan Sosyal Beceriler Değerlendirme Ölçeği'nden elde edilen ön-test ve son-test verilerinin istatistiksel analizleri, SPSS 22.0 paket programında Wilcoxon testiyle analiz edilmiştir.

## Bulgular

Katılımcıların Sosyal Becerileri Değerlendirme Ölçeği'nden elde ettiği ön-test ve son-test verilerinin analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 2'de sunulmuştur.

**Tablo 2.** Sosyal beceriler alt boyutları ön-test ve son-test verilerinin karşılaştırılmasına ait bulgular

	Sosyal Beceriler		N	Ortalama	SD	Z	p
1.	Temel sosyal beceriler	Ön-test	15	1,81	,406	-3,411	,001*
		Son-test	15	2,73	,458		
2.	Temel konuşma becerileri	Ön-test	15	1,93	,258	-3,307	,001*
		Son-test	15	3,13	,640		
3.	İleri konuşma becerileri	Ön-test	15	1,60	,507	-3,373	,001*
		Son-test	15	3,13	,640		
4.	İlişki başlatabilme	Ön-test	15	2,00	,378	-3,357	,001*
		Son-test	15	2,87	,516		
5.	İlişki sürdürülebilme	Ön-test	15	1,60	,507	-3,508	,000*
		Son-test	15	3,07	,458		
6.	Grup çalışması becerisi	Ön-test	15	1,33	,488	-2,646	,008
		Son-test	15	1,80	,414		
7.	Duygusal beceriler	Ön-test	15	1,60	,507	-3,407	,001*
		Son-test	15	3,33	,488		
8.	Kendini kontrol	Ön-test	15	1,67	,488	-3,207	,001*
		Son-test	15	2,47	,640		
9.	Saldırgan davranışla başa çıkma	Ön-test	15	1,60	,507	-3,360	,001*
		Son-test	15	3,13	,516		
10.	Sonuçları kabullenme	Ön-test	15	1,80	,862	-3,180	,001*
		Son-test	15	3,13	,602		
11.	Yönergeye uyum	Ön-test	15	2,27	,594	-3,071	,002*
		Son-test	15	3,20	,676		
12.	Bilişsel beceriler	Ön-test	15	1,27	,458	-1,342	,180
		Son-test	15	1,47	,516		

(\*)  $p < 0,05$

14 haftalık su içi egzersiz uygulamaları sonunda Sosyal Becerileri Değerlendirme Ölçeği 12 alt boyut içinde "Bilişsel beceriler" ve "Grupla çalışabilme" verilerinde istatistiksel olarak anlamlı bir gelişme gözlenmemiştir ( $p > 0,05$ ). Diğer 10 alt boyutta ön-test ve son-test verileri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $p < 0,05$ ).

## Tartışma

Zihinsel yetersizliği olan çocuklarda uyarlanmış fiziksel aktivite ve sporların etkisine yönelik çalışmalar genellikle bireyin sağlıkla ilgili fiziksel uygunluk parametreleri ve temel motor becerilerinin gelişimi üzerine odaklanmıştır. Bu çalışmaların bir kısmı zihinsel yetersizliği olan bireylerin sosyal becerilerinde de olumlu gelişmeler sağladıklarını belirtmektedir (Yılmaz ve ark., 2004; İlhan, 2008; Demirdağ, 2010; Pan, 2010; Çavdar, 2011; Lee ve Porretta, 2013). Bu çalışmada, zihinsel yetersizliğe sahip 10-12 yaş grubundaki çocuklara uygulanan 14 haftalık su içi egzersizlerin, sosyal beceri düzeyleri üzerine etkileri araştırılmıştır. Katılımcı çocukların profillerine özel olarak

tasarlanan uyarlanmış su içi egzersizler, özel gereksinimli çocuklarla yüzme havuzu çalışmalarında tecrübeli eğitmenler tarafından 14 hafta süresince bire bir uygulanmıştır. Uyarlanmış su içi egzersiz programının başında ve sonunda Akçamete ve Avcıoğlu'nun (2005) 7- 12 yaş grubu çocuklarda geliştirdiği, bununla beraber Eratay (2013) tarafından zihinsel yetersizliği olan bireylerde de uygulanabileceği belirtilen Sosyal Beceriler Değerlendirme Ölçeği, katılımcı çocukların eğitmenleri tarafından cevaplandırılmıştır. 14 haftalık uyarlanmış su içi egzersiz programına katılan zihinsel yetersizliğe sahip çocukların "temel sosyal beceriler", "temel konuşma becerileri", "ileri konuşma becerileri", "ilişkiyi başlatabilme ve sürdürme becerileri", "duygusal beceriler", "kendini kontrol etme becerileri", "saldırgan davranışlarla başa çıkma becerileri", "sonuçları kabul etme becerileri" ve "yönergeye uyum becerileri" istatistiksel olarak anlamlı gelişme göstermiştir ( $p < 0,05$ ). Uyarlanmış su içi egzersizlerin "grup çalışması becerileri" ve "bilişsel beceriler" üzerine anlamlı etkisi bulunmamıştır ( $p > 0,05$ ). Bunun nedeninin zihinsel yetersizliği olan çocukların grup çalışmalarından ziyade genellikle bire bir özel eğitim uygulamalarına yatkınlığı ve egzersizlerin havuz ortamında gerçekleştirilmesi nedeniyle bilişsel alan özelliklerine yönelik ekstra uygulamalara ihtiyaç duyulması olduğu düşünülmektedir. Eratay'ın (2013) çalışmasında serbest zaman aktivitelerine katılan zihinsel yetersizliğe sahip katılımcıların bilişsel becerilerinde anlamlı gelişmeler bulunmuştur. Aynı ölçeğin iki çalışmada bilişsel beceriler açısından farklılık göstermesinin nedeni, Eratay'ın (2013) çalışmasının sınıf ortamında ve el becerileri gibi etkinlikler içermesi olduğu söylenebilir.

Yılmaz ve arkadaşlarının (2004), otizm spektrum bozukluğu olanlarda 10 hafta uygulanan su içi egzersizlerin, kendi etrafında dönme, olduğu yerde sallanma gibi stereotipik davranışların kontrol edilerek azalmasına, fakat bazı sosyal davranışlarda istatistiksel olarak anlamlı "iyileşme" gerçekleşirse de, egzersizler sırasında sosyal davranışlarda uyumluk sergilenmesine yardımcı olduğu belirtilmiştir. Bella'nın (2019) otizm spektrum bozukluğu olan çocuklarla ilgili çalışmasında da, su içi egzersizlerin özellikle ilişki başlatma ve sürdürme becerilerine olumlu etkisinden bahsedilmektedir. Blankenship (2017), su içi egzersizlerin sosyal davranış ve kendini kontrol gibi psikososyal alanlarda çocukların olumlu davranışlar sergilemesine yardımcı olduğunu belirtmiştir. Bu çalışmada otizm spektrum bozukluğu olan çocuklar yer almamıştır. Ancak Yılmaz ve arkadaşlarını (2004) ve Bella'yı (2019) destekler nitelikte, 14 haftalık su içi egzersizlerin etkisini test etmek için uygulanan ölçeğin 10 alt boyutunda elde edilen istatistiksel anlamlı bulguların (bkz. Tablo 1), sosyal beceriler üzerinde "kalıcı" etki edip etmediği bilinmemektedir. Yine de, zihinsel yetersizliği olan çocuklar için tasarlanan uyarlanmış fiziksel aktivite ve egzersiz programları, ister rekreasyon amaçlı, ister özel sporcu yetiştirme amaçlı olsun; optimal sıklık, şiddet, süre ve kapsamda uygulandığında hem sosyal becerilerde, hem de fiziksel uygunluk düzeylerinde olumlu gelişmelerle sonuçlanabilmektedir (Pan, 2010; Lee ve Porretta, 2013; Bella, 2019; Chen ve ark., 2019). Bu çalışmada 10 alt boyutta elde edilen anlamlı farkın, Bella'nın (2019) çalışmasında belirttiği gibi su içi egzersizlerin zihinsel yetersizliği olan çocuklar için eğlenceli ve farklı bir ortam sunması, bununla beraber egzersiz ortamının çocuklar üzerinde hiç bir baskı

olmadan yeni insanlar ve akranlarla tanışma imkanı vererek sosyal davranışlara olumlu etki etmiş olabileceği söylenebilir.

## **Sonuç ve Öneriler**

İnsan hakları bakış açısıyla, sportif, fiziksel, sosyal ve kültürel aktivitelere katılım, tüm çocuklar, yetişkinler ve yaşlılar için temel bir “hak”tır. Zihinsel yetersizliği olan çocukların su içinde yapabileceği uyarlanmış aktiviteler çeşitlendirilerek yaşam boyu katılmalarının sağlanması teşvik edilmelidir. Bu sayede sağlık düzeyleri, sosyal becerileri, yaşam kalite düzeylerine olumlu katkı sağlanabileceği, günlük yaşam becerilerinin geliştirilebileceği ve daha bağımsız bir yaşam sürmelerine destek olunabileceği düşünülmektedir.

### **Yazışma Adresi (Corresponding Address):**

*Dr. Öğretim Üyesi Yeşim ALBAYRAK KURUOĞLU  
Halic Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu  
Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü  
Levent cad. No:51, Beşiktaş- İSTANBUL  
E-posta: yesimkuruoglu@halic.edu.tr veya yesim.kuruoglu@gmail.com*

## **Kaynaklar**

1. **Akçamete, G. ve Avcıoğlu, H.** (2005). Sosyal becerileri değerlendirme ölçeğinin (7-12 Yaş) geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *AİBÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 61-77.
2. **Akyüz, M., Taş, M., Akyüz, Ö., Taş, R. ve Çelik, A.** (2010, Kasım). *Eğitilebilir zihinsel engelli çocuklarda 6 haftalık fiziksel aktivitelerin bazı fiziksel ve fizyolojik parametrelere etkisi*. 11. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresine sunulan bildiri, Antalya.
3. **Ataman, A.** (2011). *Özel gereksinimli çocuklar ve özel eğitime giriş*. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
4. **Bella, M.**(2019). Do aquatic activities boost social skills for children with autism spectrum disorders? *Journal of Pedagogy*, (2), 151-171. <https://doi.org/10.26755/RevPed/2019.2/151>
5. **Blankenship, B.** (2017). *The psychology of teaching physical education from theory to practice*. New York, NY: Routledge.
6. **Block, M.E., Conaster, P., Montgomery, R., Flynn, L., Munson, D. ve Dease, R.,** (2001). Effects of middle school-aged partners on the motor and affective behaviors of students with severe disabilities. *Palaestra*, 17(4), 34-40.
7. **Chen, C.C., Ryu, Y.J., Fang, Q. ve ark.** (2019). The effects of inclusive soccer program on motor performance and sport skill in young adults with and without intellectual disabilities. *Journal of Developmental and Physical Disabilities*, 31(4), 487-499. [doi.org/10.1007/s10882-018-09655-7](https://doi.org/10.1007/s10882-018-09655-7)
8. **Çavdar, B.** (2011). *Öğretilebilir zihinsel engelli öğrencilerde beden eğitimi ve spor aktivitelerinin toplumsallaşma düzeylerine etkisi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
9. **Demirdağ, M.** (2010). *Sporun öğretilebilir zihinsel engelli çocukların sosyalleşmeleri üzerine etkisinin araştırılması* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Kütahya.
10. **Eratay, E.** (2013). Effectiveness of leisure time activities program on social skills and behavioural problems in individuals with intellectual disabilities. *Educational Research and Reviews*, 8(16), 1437- 1448. [Doi:10.5897/ERR2013.1509](https://doi.org/10.5897/ERR2013.1509)
11. **Eripek, S.** (1998). *Zihin engelliler*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayınları.
12. **Individuals with Disabilities Education Act- IDEA**: U.S. Department of Education, Office of Special Education and Rehabilitative Services, Office of Special Education Programs. (1997). Erişim adresi: <https://www2.ed.gov/about/offices/list/oii/nonpublic/idea1.html>
13. **İhan, L.** (2008). Eğitilebilir zihinsel engelli çocuklarda beden eğitimi ve sporun sosyalleşme

- düzelelerine etkisi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 16(1), 315-324.
14. Lee, J. ve Porretta, D. (2013). Enhancing the motor skill of children with autism spectrum disorders: A pool-based approach. *Journal of Physical Education, Recreation and Dance*, 84(1), 41-45. DOI: 10.1080/07303084.2013.746154
  15. Lepore, M., Gayle, G. W. ve Stevens, S. F. (2007). *Adapted aquatic programs: A professional guide*. Champaign, IL: Human Kinetics.
  16. Mete, P. ve Yıldırım, A. (2018). Zihinsel yetersizliğe sahip öğrencilere "sert- yumuşak" maddelerin öğretimi için öğretim materyallerinin seçim süreci. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, (26)5, 1527-1538. doi:10.24106/kefdergi.2138
  17. Özyürek, A. ve Akça, F. (2015). Zihinsel yetersizliği olan çocukların oyuncak profillerinin incelenmesi. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(2), 516- 529. Doi:10.14686/buefad.v4i2.5000142122
  18. Pan, C.Y. (2010). Effects of water exercise swimming program on aquatic skills and social behaviours in children with autism spectrum disorders. *Autism*, 14, 9-28.
  19. Sato, T., Hodge, S.R., Casebolt, K. ve Samalot-Rivera, A. (2015). Physical education teacher candidates' beliefs about instructing students with disabilities in adapted aquatics. *International Journal of Aquatic Research and Education*, 9(3), 308-328. <http://dx.doi.org/10.1123/ijare.2014-0061>
  20. Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği. (2012, 21 Temmuz). *T.C. Resmi Gazete*, 28360.
  21. Tekin, A, Suveren, S. ve Eliöz, M. (2009). Özürlü çocuğuyla birlikte rekreasyonel su egzersizlerine katılımın ebeveynlerin uyum düzeylerine etkisi. *Türkiye Kick Boks Federasyonu Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 28.
  22. UNICEF Çocuk Haklarına Dair Sözleşme. (1989, 20 Kasım). Erişim adresi: <https://www.unicef.org/turkey/%C3%A7ocukhaklar%C4%B1nadairs%C3%B6zle%C5%9Fe>
  23. Winnick, J.P. ve P, Poretta, D.L. (Ed.). (2017). *Adapted Physical Education and Sport (6. Ed.)*. Illinois: Human Kinetics.
  24. Yaman T. (2015). *Beden eğitimi ve oyunun hafif düzey zihinsel engelli bireylerin sosyal beceri kazanımları üzerine etkisinin araştırılması* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Burdur.
  25. Yılmaz, I., Yanardag, M., Birkan, B. ve Bumin, G. (2004). Effects of swimming training on physical fitness and water orientation in autism. *Pediatrics International*, 46, 624-626.

# **Fitness ve Wellness Eğitmenliği: Kavramsal Bir Yaklaşım**

**Ali ERASLAN<sup>1</sup>, Sümer ALVURDU<sup>1</sup>, Türker BIYIKLI<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Gazi Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi  
<sup>2</sup>Niğantası Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu

## **Derleme Makale**

### **Öz**

*Son on yılda, dünyada ve ülkemizde sağlık ve fitness sektörüne artan ilgi ve gelişmeye paralel olarak, egzersiz ile ilgili bireylere çeşitli sebeplerle rehberlik etmek amacıyla kullanılan “eğitmenlik” kavramına gösterilen ilgi artmıştır. Nitekim, Amerikan Spor Hekimliği Koleji’ne göre, hem fitness eğitmenliği hem de wellness eğitmenliği dünya genelindeki fitness trendlerinde ilk on içinde yer almaktadır. Ülkemizde bu denli öneme sahip olan sağlık ve fitness tesislerinde sunulan hizmetin temelini oluşturan fitness ve wellness kavramları başta özel sektör olmak üzere birçok alanda birbirinin yerine veya yanlış anlamda kullanılmaktadır. Bu çalışmanın amacı, sağlık ve fitness tesisleri yöneticisi ve çalışanları için fitness ve wellness kavramlarına açıklık getirerek, eğitmenlik anlayışındaki farklılıklarını ortaya koymaktır. Bu çalışmada tarama yöntemi kullanılmıştır. İlgili literature ulaşmak amacıyla spor, sağlık ve egzersiz konusundaki önde gelen kuruluşların 2013-2019 yılları arasındaki yayınları incelenmiştir. Fitness eğitmenleri, insanların bireysel olarak sağlık ve fitness hedeflerine ulaşmaları için güvenli ve etkili egzersiz programları tasarlayacak bilgi, eğitim ve beceriye sahip olan kişilerdir. Wellness eğitmenliği ise, insanları daha iyi bir yaşam ile ilgili hedeflerine ulaşmaları için onlara yardım eden ve cesaretlendiren, birey yada gruplarla çalışan, eğitimleri ve geçmişleri çeşitlilik gösteren kişilerdir. Wellness eğitmenliğinin doğasında spesifik bir öğreticilik yoktur, fitness eğitmenliğinde öğreticilik söz konusudur. Fitness eğitmenlerinin aksine, wellness eğitmenleri üyelerine tam olarak ne yapmaları gerektiğini söyleyen değil, onlara ne istediğini ve nedenini soran, isteklerine nasıl ulaşacaklarıyla ilgili onlarla işbirliği yapan kişilerdir. Sonuç olarak, her iki kavram da bireylerin sağlıklı yaşam sürdürmeleri, zinde kalmalarına yönelik amaçlara hizmet etse de eğitmenlik anlayışları açısından bir çok farklılık göstermektedir..*

**Anahtar sözcükler:** *Fitness, Wellness, Eğitmenlik*

---

Geliş Tarihi/Received: 26.9.2019

Kabul Tarihi/Accepted: 29.3.2020

## Fitness and Wellness Coaching: A Conceptual Approach

### Abstract

*In the last decade, in parallel with the growing interest and development in the health and fitness sector in the world and in our country, the interest in the concept of “coaching”, which is used to guide individuals about exercise for various reasons, has increased. Thus, according to the American College of Sports Medicine, both personal fitness coaching and wellness coaching are among the top ten in fitness trends worldwide. The concepts of fitness and wellness, which form the basis of the service offered in health and fitness facilities, which are of such importance in our country, are used interchangeably or incorrectly in many areas, especially in the private sector. The purpose of this study is to clarify the concepts of wellness and fitness and to reveal their differences in the understanding of coaching for managers and employees in health and fitness centers. In this study, review method was used. In order to reach the related literature, the publications of the leading organizations in the fields of sports, health and exercise between 2013-2019 were viewed. Fitness coaches are people who have the knowledge, training and skills to design safe and effective exercise programs to help people achieve their individual health and fitness goals. Wellness coaches are people who help and encourage people to reach their goals related to a better life, work with individuals or groups, and have a diverse education and background. There is no specific instructiveness in the nature of a wellness trainer, while a fitness trainer is instructiveness. Unlike fitness instructors, wellness instructors are people who do not tell their members exactly what to do, but ask them what they want and why, and collaborate with them on how to achieve their wishes. As a result, although both concepts serve the aims of individuals to maintain a healthy life and remain fit, they differ in terms of their instructional understanding.*

**Keywords:** Fitness, Wellness, Coaching

### Giriş

İnsanların egzersize olan ilgisi fiziksel, ruhsal ve sosyal yönden elde ettikleri kazanım ve farkındalık ile günden güne artmaktadır. Uluslararası Sağlık, Raket Sporları ve Spor Kulübü Birliği (International Health, Racquet and Sports Club Association - IHRSA) raporuna göre, sağlık ve fitness kulüpleri dünya genelinde 174 milyon üyeyi geride bırakmıştır. Endüstri geliri 87,2 milyar doların üzerinde olup, 2023’de tahmini gelirin yaklaşık 113 milyar dolara ulaşacağı öngörülmektedir (Parasannan, 2018; IHRSA, 2018). Ayrıca sağlık ve fitness tesislerinin sayısı ise 201 binin üzerine çıkmıştır (IHRSA, 2018).

Hem dünyada hem de ülkemizde sağlık ve fitness sektörüne artan bu ilgi ve gelişmeye paralel olarak, egzersiz ile ilgili bireylere çeşitli sebeplerle rehberlik etmek amacıyla kullanılan “eğitmenlik” kavramına gösterilen ilgi de son on yılda giderek artmıştır. Öyle ki, Amerikan Spor Hekimliği Koleji (American College of Sports Medicine – ACSM) tarafından yapılan dünya genelindeki fitness trendleri ile ilgili araştırmada hem fitness eğitmenliği hem de wellness eğitmenliği sağlık ve fitness sektöründe ilk on içinde yer almaktadır (Thompson, 2019).

Fitness ve wellness eğitmenliğinin bu popüleritesi, çeşitli kurum ve federasyonların sunduğu fitness eğitmenliği ve wellness eğitmenliği sertifikasyon programları ile farklı bir boyut kazanmıştır (Huffman, 2016). Ancak, sağlık ve fitness tesislerinde sunulan hizmetin temelini oluşturan fitness ve wellness kavramları başta özel sektör olmak üzere birçok alanda birbirinin yerine veya yanlış anlamda kullanılmaktadır.

Ayrıca, fitness eğitmenliği ve wellness eğitmenliği ile ilgili Türkiye'de çok sınırlı sayıda çalışma olduğu ve bu kavramları açıklamaya yönelik herhangi bir bilimsel çalışmaya rastlanmadığı görülmektedir. Bu açıklamalar doğrultusunda bu çalışmanın amacı, fitness ve wellness kavramlarına açıklık getirerek, eğitmenlik anlayışındaki farklılıkları ortaya koymaktır.

### Fitness Kavramı

Fitness kavramı, en yalın haliyle fiziksel uygunluğu yani, vücudun verimli ve etkili bir şekilde çalışabilmesini ifade etmektedir (Cureton, 1945). Fitness, bireyin etkili bir şekilde çalışmasında, boş zamanların tadını çıkarmasında, sağlıklı olmasında ve hipokinetik hastalıklara veya koşullara direnmesinde önemli rol oynar. Fitness düzeyinin gelişimi birçok etkene bağlı olmasına rağmen, düzenli fiziksel aktivite olmadan optimal sağlık düzeyinin de sağlanması mümkün değildir (Corbin, Welk, Corbin ve Welk, 2007).

Fitness kavramı, her biri toplam yaşam kalitesine katkıda bulunan en az beş sağlık ve altı beceriyle ilgili (performans) bileşenlerinden oluşan bir iyilik halidir (U.S. Department of Health and Human Services, 2008). Sağlık ile ilgili bileşenler; kardiyovasküler uygunluk, kassal dayanıklılık, kassal kuvvet, esneklik ve vücut kompozisyonundan oluşmaktadır (Roy, Springer, McNulty ve Butler, 2010; Storer, Dolezal, Berenc, Timmins ve Cooper, 2015). Sağlıkla ilgili uygunluğun her bir bileşeninin orta düzeyde bir miktarına sahip olmak, hastalıkların önlenmesi, sağlığın teşviki ve geliştirilmesi için şarttır (Kesaniemi ve ark., 2001).

Sağlıkla ilgili yüksek fitness düzeyi, sağlık yararlarından ziyade performansla ilgilidir. Örneğin, sırt ve duruş sorunlarını önlemek için ılımlı miktarlarda kuvvet gerekirken, yüksek dayanıklılık seviyeleri takım sporları ve ağırlık kaldırma gibi işlerde daha iyi performansa katkıda bulunur (Corbin ve ark., 2007).

Fitness kavramının beceri ile ilgili bileşenleri ise, iyi sağlıktan ziyade performans ile ilişkilidir. Güç, sürat, çeviklik, koordinasyon, denge ve reaksiyon zamanı bileşenleri beceri ile ilgili olarak adlandırılırlar (Şekil 1) çünkü bunlara sahip olan insanlar, sporda ve belirli iş türlerinde gerekli olan motor becerilerde yüksek performansı kolay elde ederler (Corbin ve ark., 2007).



Şekil 1. Sağlık ve beceri ile ilişkili fiziksel uygunluk bileşenleri



### *Sağlık ile ilişkili Fiziksel Uygunluk Bileşenleri*

- Kardiyovasküler uygunluk: Fiziksel aktivite sırasında bireyin kalp ve solunum sisteminin yorgunluk oluşmadan egzersize devam edebilme için gerekli enerjiyi kullanabilme yeteneği
- Kassel dayanıklılık: Kişinin aşırı yorgunluk oluşmadan kaslarının bir dirence aralıksız olarak karşı koyabilme becerisi
- Kassel kuvvet: Kasların dış bir kuvvet uygulama veya ağır bir yük kaldırabilme yeteneği
- Esneklik: Bireyin kas uzunluğu ve eklemlerindeki hareket aralığını gösterir
- Vücut kompozisyonu: Vücudu oluşturan kas, yağ, kemik ve diğer dokuların yüzdesi (Corbin, Lindsey, Welk ve Corbin, 2000).

### *Beceri ile ilişkili Fiziksel Uygunluk Bileşenleri*

- Güç: Bireyin en kısa sürede maksimum iş yapabilme kapasitesi
- Sürat: Bireyin en kısa sürede bir yerden bir yere doğrusal olarak hareket edebilme yeteneği
- Çeviklik: Bireyin hızlı bir şekilde farklı yönlere hareket edebilme yeteneği
- Koordinasyon: motor becerileri doğru bir şekilde gerçekleştirebilmek için duyuvarı vücut ile uyumlu kullanabilme yeteneği
- Denge: Bireyin hareketsiz veya hareketli iken dengesini koruyabilme yeteneği
- Reaksiyon zamanı: uyararı ile o uyarana karşı verilen tepki arasında geçen süre (Corbin ve ark., 2000).

### *Fitness Eğitmenliği*

Eğitmenlik; insanların arzuladıkları hedef konusunda işbirliği yapma, farklı yollar arama ve ortam oluşturma gibi sistematik bir süreci ifade eder (Griffiths, 2005). Yaşam tarzı ile ilgili eğitmenlik, öz-değişim ve kişisel gelişim programlarını planlama ve uygulamaya hazır olan bireyler için bir rehberlik ve destek süreci anlamına gelmektedir (Gavin, 2005) Eğitmen, kişisel sorumluluğu ve derinlemesine düşünmeyi kişilere aktararak, onlara nerede olduklarını, nereye gitmek istediklerini ve hedeflerine nasıl ulaşacaklarını görmelerinde yardımcı olur (Wellcoaches Corporation, 2003).

Her alanda olduğu gibi fitness sektöründe de bireyler, kapsamlı bir fiziksel egzersiz programı veya herhangi bir egzersiz tekniği önerileri için eğitmenlere ihtiyaç duymaktadır (Gary, Moore ve Scholtz, 2015). Bu bağlamda, onlara yardımcı edecek kişi de fitness eğitmenidir (Storer ve ark., 2014). Fitness eğitmeni egzersiz konusunda uzman olan, üyelerine en uygun egzersiz programını oluşturan, uygulayan ve fiziksel değerlendirmeler ile bireyin hedefine ulaşmasına rehberlik eden kişidir. Asıl amaç, kişilerin sağlıklı bir yaşam tarzı benimsemesi, iyi beslenmesi ve motive edilmesidir. Ayrıca, fitness eğitmenleri, birlikte çalıştığı kişilerin öz-yeterlik duygusu kazanmalarına ve kendi fiziksel sonuçlarını etkilemedeki rollerini anlamalarına yardımcı olur (Thompson, 2010).

ACSM, fitness eğitmenliğini “sağlıklı popülasyonlarda ve/veya egzersiz için tıbbi izni olan bireylerde egzersiz liderliği yapan uzmanlardır” şeklinde ifade etmiştir (Thompson, 2010). Çalışma şartlarına bağlı olarak, fitness eğitmenlerinin sorumlulukları ise şu şekildedir:

- Üyelere egzersiz ve fiziksel aktivite hazırlık anketi uygulamak (bu, özellikle ihtiyaç halinde üyenin sağlığı ile ilgilenen kişilerle/kurumlarla iletişime geçmesini de içerebilir).
- Üyelerin mevcut fiziksel uygunluk seviyelerini belirlemek için testler yapmak.
- Üyelerin gerçekçi hedefler belirlemelerine, hedefleri gerektiği gibi değiştirmelerine yardımcı olmak ve programa uyum için gerekli motivasyonu sağlamak.
- Üyelerin hedeflerini ve gelişimlerini göz önünde bulundurarak en uygun egzersiz programını oluşturmak ve gerektiğinde programı modifiye etmek.
- Egzersizlerin güvenli ve etkili bir şekilde uygulanması için üyelere gerekli talimatlar hakkında bilgilendirmek ve teknikleri göstermek.
- Yanlış veya tehlikeli egzersiz tekniklerini veya programın tamamını düzeltmek.
- Yaralanma riskini en aza indirmek için genellikle serbest ağırlık egzersizlerinde üyelere yardım etmek.
- Egzersiz programının etkililiği için üyelerin eksiklikleri/gelişimlerini kayıt altına almak.
- Üyelerin sağlık ve fitness alanındaki sorularını doğru bir şekilde cevaplamak için sürekli bilgileri güncellemek (Thompson, 2010).

### *Wellness Kavramı*

Wellness popüler bir kelime olarak günümüzde birçok yerde karşımıza çıkmaktadır. Wellness kavramı, wellness programları, wellness merkezleri, wellness yarışmaları, wellness konferansları, wellness dergisi, wellness yöneticileri, wellness ödülleri, wellness turizmi, wellness besin takviyeleri ve hatta bir wellness marka kedi ve köpek maması şeklinde bile görülmektedir (Kirkland, 2014).

Kullanımı son zamanlarda daha da yaygınlaşan wellness hegemonyası toplumda artık bir ortak görüş oluşturmuştur. Bu ortak görüş, sağlık kelimesinin hasta olmaktan daha fazla şeyi ifade ettiği, sağlığın teşviki ve hastalığın önlenmesinin üst düzey yönetim ve kişisel öncelik olduğu, bunun için de yeterince çaba gösterilmesi gerektiği şeklindedir (Kirkland, 2014).

Wellness kavramının bugün bilinen şekliyle ortaya çıkışı “sağlık alışkanlıkları” kavramının ortaya çıkışı ile örtüşmektedir. Aslında günümüzde konuşulan sağlık davranışları ya da risk faktörleri uzun zamandır yapılan sağlık ile ilgili bireyselleştirilmiş açıklamalar ve fikirlerin güncel terimleridir (Miller, 2005).

Wellness terimi ilk olarak II. Dünya Savaşı sonrası Amerika Birleşik Devletleri’nde kullanıma girmiştir. Ancak kavramın kökleri sağlık, ahlak ve sorumlulukla ilgili Amerikan

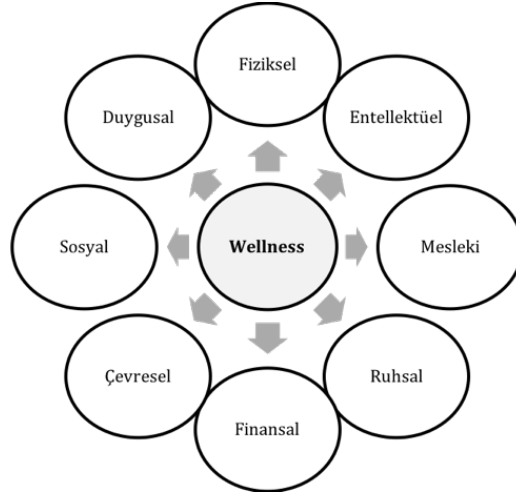
fikirlerinin tarihine kadar uzanır. 19. yy. Birleşik Devletleri'nde bireylerin bedensel sağlığının, genellikle dışarıdan tıbbi müdahaleyle değil, ahlaki olarak erdemli ve uygun bir zihin durumuna ulaşmasından kaynaklandığı düşüncesi gibi dini ve ruhsal hareketler önem kazanmıştır (Miller, 2005). Dolayısıyla, doğru tutum, doğru uygulama ve sağlık için bireysel sorumluluk arasındaki güçlü bağ, genel sağlığın merkezi bir parçası olmuştur (Morone, 2003).

Halbert L. Dunn'ın 1959 yılındaki "İnsan ve Toplum İçin Yüksek Düzey Wellness" adlı çalışmasında ilk kez wellness teriminden bahsedilmiş ve sağlıklı olmanın hasta olmamaktan daha fazlası olduğu görüşü ileri sürülmüştür. Dun'a (1959) göre wellness kavramının gerekliliğini açıklayan modern yaşamın dört özelliği şu şekilde ortaya çıkmaktadır: İletişim teknolojileri aracılığı ile bağlantılık, nüfus patlaması ve kalabalıklaşma, nüfusun yaşlanması ve modern yaşam temposunun getirdiği stres.

Wellness, kişinin tatmin edici bir yaşam tarzı için farkındalık sahibi olması ve seçim yapmasını gerektiren bilinçli bir süreç (Johnson, 1986; Swarbrick, 1997) veya yaşam kalitesini artırmaya yönelik davranış unsurları yaratma ve uyarılma süreci (Johnson, 1986) olarak tanımlanabilir. Diğer taraftan, wellness yaklaşımı, bireyin amaçlarını, tercihlerini, ilgi alanlarını ve güçlü yanlarını tanımlar. Bu yaklaşım, kişilerin yaşam kalitesine ulaşmak için gerekli değerli toplumsal rolleri üstlenmeleri veya sürdürmeleri için fırsatlar sunmaktadır. Wellness sorunlar üzerinde durmaktan ziyade birey üzerinde olumlu tutum yaratmaya çalışır. Bu bağlamda, bireyin iç motivasyonu ve iyimser tavrı güçlenir (Swarbrick, 2006).

Wellness yaklaşımında, bir kişinin kişisel sorumluluğu üstlenmeye ve kendi sağlığının korunmasında proaktif olma vardır. İnsanlara, kendi sağlık davranışlarını kendilerinin gözetmelerinde aktif bir rol ve sorumluluklar verir (Swarbrick, 2006). Wellness yaşam tarzı, yeterli uyku ve dinlenme, üretkenlik, deneyim, anlamlılık, beslenme, verimlilik, sosyal iletişim ve destek verici ilişkiler gibi sağlığı da kapsayan alışkanlıklarının bir denge içinde olmasıdır (Swarbrick, 1997). Wellness, içerdiği fiziksel, duygusal, entelektüel, sosyal, mesleki, çevresel, ruhsal ve finansal boyutlar ile bütünsel ve çok boyutludur (Swarbrick, 2006; Stara ve Charvet, 2013).

Ulusal Wellness Enstitüsü kurucu ortaklarından Dr. Bill Hettler tarafından 1976 yılında altı boyutlu (mesleki, sosyal, entelektüel, fiziksel, duygusal, ruhsal) ilk wellness modeli geliştirilmiştir (Miller, 2005). Daha sonra alanyazına bakıldığında wellness boyutlarının birkaç şekilde ele alındığı görülmüş ve sekiz boyutlu wellness modeli (Şekil 2) ele alınmıştır (Maryellen, 2013; Nelson ve Shockley, 2013; Anttiroiko, 2018).



**Şekil 2.** Wellness boyutları

#### *Fiziksel Boyut*

- Fiziksel etkinliklere düzenli katılım,
- Sağlıklı beslenme ile fiziksel beden işleyişi arasındaki ilişkinin tanınması (Horton ve O'Fallon, 2011).

#### *Duygusal Boyut*

- Duyguların, değerlerin ve tutumların anlaşılması ve bunlara saygı duyulması,
- Başkalarının duygularına anlayış göstermek,
- Duyguları yapıcı bir şekilde yönetmek,
- Genel hayat hakkında olumlu ve coşkulu hissetmek (Horton ve O'Fallon, 2011),
- Topluma katkıda bulunmak (Stoewen, 2017).

#### *Entellektüel Boyut*

- Yeni becerilerin ve yeteneklerin sürekli olarak kazanılması ve yaratıcı bir şekilde uygulanması,
- Kendi kendini yöneten davranışlarla hayat boyu öğrenmeye olan bağlılık (Strout ve Howard, 2012).

#### *Sosyal Boyut*

- Sağlıklı bir ilişki sürdürmek,
- Başkalarıyla birlikte olmaktan zevk almak,
- Arkadaşlık ve yakın ilişkiler geliştirmek,
- Başkalarıyla ilgilenmek ve başkalarının sizi önemsemesine izin vermek,
- Topluma katkıda bulunmak (Stoewen, 2017).

#### *Mesleki Boyut*

- Değerlere, hedeflere ve yaşam tarzına uygun kişisel memnuniyet,

- Yaşam zenginliği sağlayan işlere katılım (Myers, Sweeney ve Witmer, 2000; Stoewen, 2017).

#### *Çevresel Boyut*

- Çevre ile birey arasındaki uyum,
- Kişinin çevre yönetimine ilgisi,
- Çevre ve birey arasında bir tutarsızlık olduğunda, stress gibi zihinsel veya fiziksel hastalıklar meydana gelmesi,
- Bireyin çevresinin, davranışlarını etkilemesi (Allison, 1997; Zwetsloot ve Pot, 2004; Horton ve Snyder, 2009).

#### *Ruhsal boyut*

- Dini olsun ya da olmasın hayat ile ilgili amaç, değer ve anlama sahip olmak,
- Sahip olunan inançlara ve değerlere uygun etkinliklere katılmak (Horton ve O'Fallon, 2011).

#### *Finansal Boyut*

- Finansal wellness, kişinin mevcut durumdan memnun olması ve öngörülebilir bir gelecekte mali durumları harekete geçirme yeteneği,
- Kişisel finans hakkında bilgi sahibi ve kontrolü,
- Finansal wellness, bireyin kişisel mali durumunun hem nesnel algı hem de öznel göstergelerini dikkate alma (Swarbrick, 2006; Rehman, Katpar, Khan ve Hussain, 2015).

#### *Wellness Eğitmenliği*

Wellness eğitmenliği çalışma alanı çok geniş bir hizmet olarak ortaya çıktığından dolayı, egzersiz ve spor bilimleri gibi alanlardan mezun bireyler ve fitness eğitmenleri için yeni bir fırsat yaratmıştır. Bu nedenle, wellness eğitmenliğini, kariyerinin bir parçası olarak gören bir çok kişi vardır. Bu eğitimi almalarını gerekli kılan nedenlerin başında üyelerin talepleri, sağlık sektöründeki yenilikler, kişiselleştirilmiş hizmet, daha iyi bir bireysel fitness eğitmeni olma isteği gelmektedir (Pettitt, 2013).

Wellness kavramının sağlık ve fitness sektöründe ortak bir anlama kavuşmasından sonra wellness ile ilgili bir takım çalışmalar yapılmış ve "wellness eğitmenliği" gündeme gelmiştir. Wellness ile ilgili bir çok ve çok boyutlu tanımlar yapmak mümkündür (Corbin ve Pangrazi, 2001) fakat David Viscott, wellness görüşünün en genel halini "olmak istediğin kişi için kendinle ilgili bir şeyler yapmaya başlamak" şeklinde ifade etmiştir (Roy ve Roberts, 2015).

İnsanların sürekli kendini yenilemek, geliştirmek üzere yüzyıllardır bir çaba içerisine girdiği düşünüldüğünde, adı wellness olmasa da bu anlayışın yeni bir şey olmadığı ortadadır. Ancak, wellness eğitmenliği nispeten yeni bir kavramdır. Wellness eğitmenliği, fitness antrenörü, atletik performans antrenörü, yaşam koçu gibi anlamlara gelmez. Wellness eğitmenliği, "insanları daha iyi bir yaşam ile ilgili hedeflerine ulaşmaları için onlara yardım eden ve cesaretlendiren; birey yada gruplarla çalışan; eğitimleri ve

geçmişleri çeşitlilik gösteren kişilerdir” şeklinde tanımlamaktadır (Swarbrick, Murphy, Zechner, Spagnolo ve Gill, 2011; Roy, Lisowski ve Roberts, 2014).

Wellness eğitmenliği, antrenörlük psikolojisi ve çeşitli akademik çalışmalardan ortaya çıkan 15'ten fazla teorinin birleşimidir. Bu teorilerden bazıları, takdir edici sorgulama, motivasyonel görüşme ve transteorik modeldir. Eğitmenlik anlayışı bir çok felsefik teori içermesine rağmen, eğitmenler ve felsefeciler arasında fark vardır (Pettitt, 2013).

Wellness eğitmeni insanların davranışlarını değiştirme sürecinde onlara kolaylık sağlayan kişidir. Örneğin, bir üye stresinin azalması için veya genel sağlığı ile ilgili bir konuda wellness eğitmenine ihtiyaç duyar. İlk sıralarda genel sağlıkla ilgili hedefler veya bir wellness vizyonu geliştirilebilir. Daha sonradan ise motivasyonel görüşme teknikleri uygulanabilir. Bu çalışmalar, tabiki şartlara bağlı olarak, yüz yüze, telefonla veya diğer teknolojiler yardımıyla gerçekleştirilebilir (Pettitt, 2013).

Wellness eğitmenleri, eğitmenlik teori ve yöntemlerini kullanarak sağlık, sağlıklı yaşam ve fitness ile ilgili alanlarda uzman kişilerdir. Wellness eğitmenleri belirli sağlık ve fitness hedefleri olan üyelerle ve sağlık ve fitness ile ilgili kişisel veya mesleki hedefleri olan kişilerle çalışırlar (Gavin ve Mcbrearty, 2018).

#### *Fitness Eğitmeni ile Wellness Eğitmeni Arasındaki Farklılıklar*

Fitness eğitmenliği ve wellness eğitmenliği bir çok benzer beceri ve özelliğe sahiptir. Her iki eğitmenlik de koruyucu sağlık hizmetleri konusunda insanlara yardım etme konusunda tutkulu, güvenilir ve yetenekli uzmanlıklardır (Thompson, 2010).

Ancak, bu durum bir çok alanda fitness eğitmenliği ile wellness eğitmenliği kavramlarının birbirinin yerine kullanılmaya başlanmasına neden olmuştur. Örneğin, Chapman, Lesch ve Baun (2007), sağlık ve wellness eğitmenliğini, “sağlık ve sağlıklı yaşam konusunda çalışan bireysel fitness eğitmenliği” şeklinde ifade etmiştir. Halbuki, wellness eğitmenliği fitness eğitmenlerinin sunduğu hizmeti daha da genişletmektedir (Pettitt, 2013).

Tablo 1’de üyelerine olan eğitmenlik yaklaşımı açısından wellness eğitmenliği ile bireysel fitness eğitmenliği arasındaki bazı felsefi farklılıklar gösterilmiştir (Frates, Moore, Lopez ve McMahon, 2011). Eğer bir fitness eğitmeni aynı zamanda wellness eğitmeni olarakta hizmet sunuyor ise o zaman üyesine olan yaklaşımı da farklılaşacaktır. Örneğin; davranış değişikliği üzerine stratejiler belirleyebilmekte veya egzersiz liderliği yapabilmektedir. Ayrıca bunları farklı şekilde birlikte de uygulayabilir (Pettitt, 2013).

**Tablo 1.** Fitness eğitmeni ile wellness eğitmeni karşılaştırması

<b>Fitness Eğitmeni</b>	<b>Wellness Eğitmeni</b>
Uzmandır	İş kolaylaştırıcıdır
Ana amacı, öğretmektir	Ana amacı, dinlemektir
Sorunları düzeltir	Sorunların düzelmesi için öz-yetenlik geliştirir
Çözümler sunar	Kaygıların üstesinden gelmek için yardım eder

Tablo 1’de görüldüğü üzere fitness eğitmeni ile wellness eğitmeni ortak özelliklere sahip olmasına karşın eğitmenlik rolleri açısından farklılık göstermektedir. Buna göre, fitness eğitmenliğinde öğreticilik ve birey ile birlikte çalışmak söz konusu iken, wellness eğitmenliğinde daha çok anlamak ve bireyi yönlendirmek esastır.

Gary ve arkadaşları tarafından “Egzersiz Profesyonelleri için Sağlık ve Fitness Eğitmenliği” başlıklı yapılan bir derleme çalışmasında (2015), fitness eğitmenliği ve wellness eğitmenliğinin farklılıkları Tablo 2’deki gibi verilmektedir.

**Tablo 2.** Fitness eğitmenliği ile wellness eğitmenliği farklılıkları

<b>Fitness Eğitmeni</b>	<b>Wellness Eğitmeni</b>
Otorite	Ortak
Eğitimci	Değişikliğe yardımcı
Gündemi belirler	Üyenin gündemini öğrenir
Üyenin sağlığından dolayı sorumluluk hisseder	Üye, sağlığından dolayı sorumludur
Problemleri çözer	Olasılıkları belirler
Neyin yanlış gittiğine odaklanır	Neyin doğru olduğuna odaklanır
Cevapları vardır	Soruları vardır
Konu dışına çıkıldığında müdahale eder	Üyenin hikayesini dinler
Üyeden daha çok çaba gösterir	Üye, en az eğitmen kadar çaba gösterir
Üye ile mücadele eder	Üye ile işbirliği yapar

Wellness eğitmenliğinin doğasında spesifik bir öğreticilik yoktur. Wellness eğitmenleri, üyelerine tam olarak ne yapmaları gerektiğini söyleyen değil, onlara ne istediğini ve nedenini soran, isteklerine nasıl ulaşacaklarıyla ilgili onlarla işbirliği yapan kişidir. Üye ve eğitmen birlikte kişiyi motive eden unsurları bulur ve gelecek için bir wellness vizyonu oluştururlar (Gary ve ark., 2015). Wellness eğitmenleri her zaman çalıştıkları kişilerin sorunlarını analiz edip, onlar için hedefler oluşturmaz. Çünkü kişilerin kendilerini değiştirmeleri için gerekli olan güce sahip olduklarını ve bunun için gerekli olan en iyi yolu kendilerinin seçmeleri gerektiğine inanırlar. Bu bağlamda, wellness eğitmeninin görevi kişilerin öz-yetkinliklerini (kendi kendine yapabilme) artırmak ve değişime olan korkularını gidermede onlara yardım etmektir (Pettitt, 2013).

## **Sonuç ve Öneriler**

Fitness ile wellness kavramlarının birçok bileşeni arasında güçlü bir ilişki olduğuna dair şüphe yoktur. Fitness, genel sağlığın teşviki, hastalıklardan korunma, bilişsel işlevselliğin artması gibi yararlar sunarken, kişinin genellikle tatmin edici bir sosyal deneyim olan boş zamanlara katılımını da artırmaktadır. Ayrıca, fitness kavramının ve içeriğinin hastalık ve erken ölüm riskini azaltabileceğine dair önemli kanıtlar mevcuttur (U.S. Department of Health and Human Services, 2000).

Ancak, fitness ne sağlık ne de wellness demektir. Dahası, hem sağlık hem de wellness kavramı, fitness kavramından çok daha geniş anlama sahiptir. Yani, fitness kavramı sağlık ve wellness kavramları ile ilişkili ancak aynı değildir. Çünkü, sağlık sadece fiziksel değil, çok daha fazla boyutludur (Corbin ve Pangrazi, 2001).

Wellness ise fiziksel, duygusal, entelektüel, sosyal, mesleki, çevresel, ruhsal ve finansal boyutları ile bütünsel bir yaklaşım olma özelliği taşır (Swarbrick, 2006). Dolayısıyla, bu iki kavramın getirdiği farklılık, eğitmenlik yaklaşımlarına da yansımaktadır.

Fitness eğitmenliğinde öğretmek ve birey ile birlikte çalışmak söz konusu iken, wellness eğitmenliğinde daha çok anlamak ve bireyi yönlendirmek esastır. Fitness eğitmenliğinde, eğitmen liderdir ve üye eğitmenini takip eder. Wellness eğitmenliğinde ise kararlar ortaktır ve eğitmen üyenin durumuna göre yardımcı olur. Fitness eğitmeni, yanlışları tespit ederek, problemleri çözmeye çalışırken, wellness eğitmeni olasılıkları belirleyerek, bireyi endişeleri doğrultusunda yönlendirir.

Bu iki eğitmenlik anlayışındaki bir başka farklılığa göre, fitness eğitmeni genellikle üyeden daha fazla çaba sarfeder; ancak wellness eğitmenliğinin öz-yetkinlik geliştirici özelliğinden dolayı üye, en az eğitmen kadar çaba sarfetmek zorundadır (Gary ve ark., 2015).

İşinde başarılı olmak isteyen verdiği hizmetin kalitesini artırmak isteyen bireysel fitness eğitmenleri, yaptıkları çalışmalar sonucunda sağlığa ilişkin çıktıları artırmak için wellness eğitmenliği sertifika programlarına katılabilirler. Böylece, bireysel fitness eğitmenliğinin öğretici modeli ile wellness eğitmenliğinin iş kolaylaştırıcı modeli bir arada ve etkin şekilde uygulanabilir. Kısacası, bireysel fitness eğitmenleri için wellness eğitmenliği onları işlerinde daha ileri taşıyacak önemli ve kapsamlı bir eğitim programıdır.

**Yazar Notu:**

Bu çalışmanın bir bölümü, 2-5 Kasım 2016 tarihleri arasında Eskişehir’de düzenlenen 14. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresinde poster bildiri olarak sunulmuştur.

***Yazışma Adresi (Corresponding Address):***

*Arş. Gör. Ali ERASLAN*

*Gazi Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi*

*E-posta: aeraslan@gazi.edu.tr*



## Kaynaklar

1. Adams, T. B., Bezner, J. R., Drabbs, M. E., Zambarano, R. J., & Steinhardt, M. A. (2000). Conceptualization and measurement of the spiritual and psychological dimensions of wellness in a college population. *Journal of American College Health, 48*(4), 165-173.
2. Allison, D. G. (1997). Coping with stress in the principalship. *Journal of Educational Administration, 35*(1), 39-55.
3. Anttiroiko, A. (2018). *Wellness city: health and well-being in urban development*. London: Palgrave Macmillan.
4. Cureton, T. K. (1945). What is physical fitness?. *The Journal of Health and Physical Education, 16*(3), 111-150.
5. Corbin, C. B. ve Pangrazi, R. P. (2001). Toward a uniform definition of wellness: a commentary. *Research Digest, 3*(15), 3-8.
6. Corbin, C. B., Lindsey, R., Welk, G., & Corbin, W. R. (2000). *Concepts of fitness and wellness: a comprehensive lifestyle approach*. Boston: McGraw-Hill.
7. Corbin, C. B., Welk, G. J., Corbin, W. R., & Welk, K. A. (2007). *Fitness i wellness. Kondycja, sprawność, zdrowie*. Warszawa: Wydawnictwo Zyska I s-ka.
8. Dunn, H. L. (1959). High-level wellness for man and society. *American Journal of Public Health, 49*(6), 786-792.
9. Frates, E. P., Moore, M. A., Lopez, C. N. ve McMahon, G. T. (2011). Coaching for behavior change in psychiatry. *American Journal of Physical Medicine & Rehabilitation, 90*(12), 1074-1082.
10. Gary, A. S., Moore, M. ve Scholtz, M. (2015). Health and wellness coaching competencies for exercise professionals. *ACSM's Health & Fitness Journal, 19*(2), 20-26.
11. Gavin, J. (2005). *Lifestyle Fitness Coaching*. Champaign (IL): Human Kinetics Publishing.
12. Gavin, J., & Mcbrearty, M. (2018). *Lifestyle wellness coaching*. Human Kinetics.
13. Griffiths, K.E. (2005). Personal coaching: a model for effective learning. *Journal of Learning Design, 1*(2), 55-65.
14. Horton, B. W. ve O'Fallon, M. J. (2011). Employee wellness in the private club industry. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism, 10*(3), 285-303.
15. Horton, B.W. ve Snyder, C.S. (2009). Wellness: its impact on student grades and implications for business. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism, 8*(2), 215-233.
16. Huffman, M.H. (2016). Advancing the practice of health coaching. *Workplace Health & Safety, 64*(9), 400-403.
17. IHRSA (2018). *Global report, the state of the health club industry*. Boston, MA: Associate Publisher. Erişim Tarihi: 20.03.2020. Erişim Adresi: <https://www.ihrsa.org/publications/the-2018-ihrsa-global-report/>
18. Johnson, J. (1986). *Wellness: A context for living*. Thorofare, NJ: Slack.
19. Kesaniemi Y. K., Danforth, E., Jensen, MD., Kopelman, P. G., Lefebvre, P. ve Reeder, B. A. (2001). Dose-response issues concerning physical activity and health: an evidence-based symposium. *Medicine Science in Sports & Exercise, 33*(6), 351-358.
20. Kirkland, A. (2014). What is wellness now? *Journal of Health Politics, Policy and Law, 39*(5), 957-970.
21. Maryellen, M. (2013). Mandalas and wellness wheels with persons with severe mental illness. *Journal of Art for Life, 5*(1), 1-20.
22. Miller, J. W. (2005). Wellness: the history and development of a concept. *Spektrum Freizeit, 1*, 84 -102.
23. Morone, J. A. (2003). *Hellfire Nation: the Politics of Sin in American History*. New Haven, CT: Yale University Press.
24. Myers, J. E., Sweeney, T. J. ve Witmer, J. M. (2000). The Wheel of wellness counseling for wellness: a holistic model for treatment planning. *Journal of Counseling & Development, 78*, 251-266.
25. Nelson, A. ve Shockley, C. (2013). Wellness coaching: frontline worker training in mental health. *The Journal of Mental Health Training, Education and Practice, 8*(1), 45-55.
26. Stara, J. ve Charvat, M. (2013). Wellness: its origins, theories and current applications in the United States. *Scientific Journal of Acta Salus Vitae, 1*(2), 1-12.
27. Parasannan, A. (2018). Global Fitness and Recreational Sports Centers Market Research, Allied Market Research. Erişim Tarihi: 20.03.2020. Erişim Adresi: <https://www.alliedmarketresearch.com/fitness-and-recreational-sports-center-market>

28. **Pettitt, C.** (2013). Wellness coaching certifications: a new career frontier for personal trainers in health care. *Strength & Conditional Journal*, 35(5), 63-67.
29. **Rehman, R., Katpar, S., Khan, R., ve Hussain, M.** (2015). Financial wellness awareness: a step closer to achieve millennium development goals for pakistan. *Pakistan Journal of Medical Sciences*, 31(1), 49-53.
30. **Roy, B.A., Lisowski, C ve Roberts, P.A.** (2014). Health and wellness coaching: an opportunity for clinical exercise physiologists. *Journal of Clinical Exercise Physiology*, 3(1), 9-15.
31. **Roy, B. A. ve Roberts, P. A.** (2015). Wellness vision before new year's resolution. *ACSM's Health & Fitness Journal*, 19(1), 3-4.
32. **Roy, T. C., Springer, B. A., McNulty, V. ve Butler, N. L.** (2010). Physical Fitness. *Military Medicine*, 175(8), 14-20.
33. **Storer, T. W., Dolezal, B. A., Berenc, M. N., Timmins, J. E., & Cooper, C. B.** (2014). Effect of supervised, periodized exercise training vs. self-directed training on lean body mass and other fitness variables in health club members. *The Journal of Strength & Conditioning Research*, 28(7), 1995-2006.
34. **Stoewen, D. L.** (2017). Dimensions of wellness: change your habits, change your life. *The Canadian Veterinary Journal*, 58(8), 861-862.
35. **Strout, K. A. ve Howard, E. P.** (2012). The six dimensions of wellness and cognition in aging adults. *Journal of Holistic Nursing*, 30(5), 195-204.
36. **Swarbrick, M.** (1997). A wellness model for clients. *Mental Health Special Interest Section Quarterly*, 20, 1-4.
37. **Swarbrick, M.** (2006). A wellness approach. *Psychiatric Rehabilitation Journal*, 29(4), 311-314.
38. **Swarbrick, M., Murphy, A. A., Zechner, M., Spagnolo, A. B. ve Gill, K. J.** (2011). Wellness coaching: a new role for peers. *Psychiatric Rehabilitation Journal*, 34(4), 328-331.
39. **Thompson, W. R. (Ed.).** (2010). *ACSM's Resources for the Personal Trainer*. Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins, a Wolters Kluwer Business.
40. **Thompson, W. R.** (2019). Worldwide survey of fitness trends for 2020. *ACSM's Health & Fitness Journal*, 23(6), 10-18.
41. **Department of Health, Human Services, Washington, DC., & Healthy People 2010 (Group).** (2000). *Healthy people 2010: understanding and improving health*. US Department of Health and Human Services.
42. **US Department of Health and Human Services.** (2008). *US Department of Health and Human Services 2008 physical activity guidelines for Americans*. Hyattsville, MD: Author.
43. **Wellcoaches Corporation.** (2003). *Fitness coaching skills manual*. Wellesley (MA): Wellcoaches Corporation Publishing.

Bu sayfa boş bırakılmıştır.