

Erken Cumhuriyet Döneminde ‘Türk Ocakları’ ve Spor

Sevda Korkmaz¹, Turgay Biçer²

¹Doktora öğrencisi, Marmara Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, svdkrmz0@gmail.com

²Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, turgay@marmara.edu.tr

Özet

Fransız ihtiali sonrası batıda ortaya çıkan milliyetçilik akımı, çok uluslu bir imparatorluk olan Osmanlı Devleti’ni derinden etkilemiş, oluşan siyasi atmosfer pek çok etnik grubu olduğu gibi Türklere de sirayet etmiştir. Yaşama tutunma çabası içindeki devlette Osmanlılık ve İslamcılık akımlarının etkisizliği özellikle Balkan savaşlarıyla açıkça görüldüğünden çözüm için Türkçülük etrafında toplanma fikri öne çıkmıştır. Türkçülük hareketi özellikle II.Meşrutiyet’in getirdiği özgürlük ortamında birbiri ardına kurulan derneklerle örgütlenme yoluna gitmiştir. Bunlar arasında en uzun ömürlü olanı ise Türk Ocakları olmuştur.

1913 yılında İstanbul’da basılan Ocak tüzüğünde kuruluş gayesi Türklerin; milli terbiyelerinin, ilmi, içtimai ve iktisadi seviyelerinin ilerlemesi ve gelişmesi için Türk ırk ve dilinin kemaline çalışmaktır (Akyüz,1986:202). Ocağın kuruluş amaçları arasında spor yer almazken zaman içinde savaş koşullarının da etkisiyle ulus bilincine sahip, vatan savunması için bedenlen güçlü nesillere duyulan ihtiyaç, ırkın ıslahı ve gelişimi için en etkin ve dolaysız yol olarak görünen sporun, Ocakların faaliyetleri arasında yer bulmasını sağlamıştır. Bu makalede, araştırma konusu gereği çok sayıda çalışmanın incelenmesi, derlenmesi, tasnif edilmesi ve sentez edilmesini olanaklı kılan literatür tarama ile doküman incelemesi yöntemleri kullanılarak erken cumhuriyet döneminde Türk Ocakları’nın spor etkinliklerini ortaya koymak hedeflenmektedir.

Anahtar kelimeler: Spor tarihi, Türk Ocakları, Erken Cumhuriyet Dönemi

Türk Ocakları and Sport in early Republican Period

Abstract

The nationalist movement that emerged in the west after the French Revolution affected deeply the Ottoman Empire, a multinational empire, and the political atmosphere that emerged spreads to the Turks as well as many ethnic groups. As the ineffectiveness of the Ottomanism and Islamism movements was clearly seen in the Balkan wars, the idea of gathering around Turkism came to the forefront. The Turkism movement in particular went on its way to organizing with the associations established behind each other in the freedom environment brought by the Second Constitutional Monarchy. Among these, the longest-lasting one was Turkish hearths.

The founding purpose of the Turks in the Hearths law, which was published in Istanbul in 1913, (Akyüz, 1986: 202)is to study to enable the Turkish race and language to reach its perfection for the advancement and development of the scientific, economic, and economic levels of the national traditions. While there is no sport among the founding purposes of the hearths, the necessity of strong generations for the defense of the homeland and national consciousness with the influence of the war conditions over time, the sport that seems to be the most effective and direct way for the reclamation and development of the race was placed among the activities of the hearths. In this article, it is aimed to reveal the sport activities of the Turkish hearths during the early republic period by using document review methods and literature review, which enables the review, compilation, classification and synthesis of a large number of studies due to the subject of research.

Key words: History of sport, Turkish hearths, Early Republican period

Giriş

Ulus-devlet kurma sürecinde Türkçülük akımını savunan pek çok dernek arasında imparatorluk mirası üzerinde ulus-devlet olarak kurulan cumhuriyet döneminde de faaliyet gösteren ve daha sonra yerini Halkevleri'ne bırakan Türk Ocakları'nın ayrı bir yeri vardır. Zira Cumhuriyet dönemi kurucuları, Osmanlı reformculuğundan devraldıkları tecrübeleri Cumhuriyetin tarihsel inşasına aktarırken birçok alanda özgün vurgular, yeni kurumlar yaratmanın peşine düşmüşseler de 1930'lara kadar kamusal alanda varlıklarını devam ettiren Osmanlı ve İttihat döneminin (Ertekin,2009:287) yapılarından bir tanesidir Türk Ocakları.

Türk Derneği (1908), kısa ömürlü Türk Yurdu Cemiyeti (1911) ardından 1912 yılında kurulan Türk Ocakları¹'nin (Üstel, 2008:263) faaliyet amaçları nizamnamesinin ikinci maddesinde şöyle ifade edilmektedir: “Cemiyetin maksadı, akvam-ı islamiyenin bir rükn-ü mühimi olan Türklerin milli terbiye ve ilmi, içtimai, iktisadi seviyelerinin terakki ve ilasıyla Türk ırk ve dilinin kemaline çalışmaktır”. Ocak bu amacı gerçekleştirmek için “Türk Ocağı adlı kulüpler açarak, dersler, konferanslar, müsamereler tertip, kitap ve risaleler neşr edecek mektepler açmağa çalışacaktır...” (Sarınay,1994:152). Her ne kadar Ocak da kuruluş nizamnamesinde siyaset dışı kalacağını vurgulasa da ‘Türkçülük’ anlamında yürüttüğü faaliyetlerle siyasal hedeflere uygun bir zemin oluşturduğunu da belirtmek gerekir. Tevfik Çavdar da Türk Ocağı'nın, İttihat ve Terakki ile açık yasal bir ilişkisi olmasa bile aydınlar ve gençler arasında Cemiyetin düşüncelerini yaymada büyük rol oynadığını, imparatorluk içindeki ulusçu ve ayrılıkçı hareketler güçlendikçe Türk Ocakları'nın etki alanı da genişlediğini (1983:878) belirtir.

¹ İmparatorluktaki Türklerin ‘kültürel, sosyal ve iktisadi seviyelerinin yükselmesine politikaya girmeden hizmet edebilecek büyük ve ciddi bir milliyetçi derneğin kurulması’ fikri, ilk olarak İstanbul’da Fransızca yayınlanan Jeune Turc (Genç Türk) isimli bir gazete tarafından ve çoğunlukla Celal Nuri (İleri)nin yazılarında ortaya atılmış ve bu görüşü benimseyen Tıp öğrencileri aydınlara birer mektup göndererek, ‘İmparatorluktaki Türklerin gerileme dönemine girdiğini, bunu önemedeki ilk ve en mühim şartın bilgisizlikle mücadele olduğunu, ticaret ve ziraat yollarından kazanılacak bir sosyal üstünlüğü kuru bir siyasi üstünlüğe tercih ettiklerini ve gelecek nesillerin miskinliği günah, çalışmayı ibadet sayan, güçlü ve zengin nesiller olması’ gerektiğini belirterek ‘her türlü siyasi parti anlaşmazlıklarının üstünde ve politika kavgalarının dışında bir cereyan’ oluşturulabilecek ‘sosyal karakterde bir milli cemiyetin’ kurulmasında yardımcı olunması istemişler ve sonuçta Mehmed Emin (Yurdakul), Yusuf (Akçura), Ahmed (Ağaoğlu) gibi isimlerin girişimiyle Türk Ocağı ismiyle dernek kuruluşu gerçekleşti (Akyüz, 1986:201-202).

Türk Ocaklarında Cumhuriyet öncesi dönemde yürütülen çalışmalar ve özellikle 1914 yılı sonunda Selanik'ten gelen Genç Kalemler dergi ekibinden Gökalp ve arkadaşlarının katılmasıyla Türkçülük'ün, 'fikri hava' yardımıyla gençliği etkiler (Ülken,1992:218). Osmanlı yönetiminin ihmalleri sonucu olduğu düşünülen geri kalmışlığın ortadan kaldırılması amacının gençliği ve aydınları, arayışlar ve çabalar içine sokmasıyla benzer kaygılarla 'köycülük' hareketi de aynı dönemde ortaya çıkar. Üstel, Köycülük hareketini, Türk Ocağı içindeki 'Halka Doğru' gitmek, Anadolu'ya çağdaş uygarlığı götürmek anlayışının uzantısı olarak ortaya çıktığını savunmaktadır (Üstel, 2010:112).

Bu amaçları gerçekleştirmek amacıyla hızla yurt genelinde pek çok ocak açılır. 1912'de açılan daha sonra I.Dünya Savaşı ve Kurtuluş Savaşı dönemlerinden de geçen Ocakların sayısı 1923'te 37, 1928 yılında ise 260'a ulaşmış olması, savaş dönemlerine rağmen üye ve şube sayılarındaki artış ocağın örgütlenme hızı ve kapasitesi ve etkinliği ile ilgili fikir de verir niteliktedir. Çavdar, bu hızı, imparatorluktaki ulusçu ve ayrılıkçı hareketlerin güçlenmesine bağlamakta ve bu hareketlerin güçlenmesiyle ocağın etki alanını genişlediğini belirtmektedir (1983:878).

Yöntem ve Araçlar

Erken Cumhuriyet döneminde Osmanlı Devleti'nden başlayarak Türkiye Cumhuriyeti dönemi süresince faaliyet gösteren birkaç yapıdan biri olan Türk Ocakları bünyesinde yürütülen spor faaliyetleri ve spor'a yönelik bakışın ortaya konulmasına çalışılmıştır. Bu amaçla literatür tarama ve doküman incelemesi yöntemleri kullanılmıştır.

Bulgular

Ocak kuruluş nizamnamesine bakıldığında dernek amaçlarında başlangıçta spor ve beden terbiyesine ilişkin bir vurgu veya amaç bulunmamaktadır (Candan, Bağırhan, 2010:21). Ocakların cumhuriyet dönemine kadar beden eğitimi ve spor konusunda konferanslarla yetindiğini görülmektedir. Ocaklar arasında Selim Sırrı'nın varlığının da etkisiyle İzmir Türk Ocağı daha aktif görünmektedir. 1914 Temmuz ayında İzmir Türk Ocağı Altay Kulübü işbirliğiyle düzenlediği konferansta konuşmacı olan Selim Sırrı, 'Fenni terbiye-i bedeniye'

başlıklı bir sunum yapmıştır. Konferans duyurusunda “hatip, bütün hareketleri hususi bir libas ile giyinerek ayrı ayrı gösterecek, terbiye-i bedeniye ait ışıklı resimlerle izahat verecek” açıklaması konferanslarda çeşitli hareketlerin gösterilerek uygulama da yapılmaya çalışıldığını gösterir. Aynı ay Selim Sırrı, ‘Belçika’da vücut nasıl terbiye edilir’ başlıklı bir konferans verirken Sıhhiye Müfettiş-i Umumisi Tevfik Rüştü tarafından da ‘Anadolu’da köylünün sıhhati ve gençlerin bu yolda vazifesi’ (Tuncer, Hacaloğlu, Memişoğlu,1998:29-31) başlıklı bir sunum yapılmıştır.

Ocakların kurucularından Yusuf Akçuraoğlu, İstanbul Türk Ocağı’nda verdiği konferansta “*Gençlerin iradelerini terbiye, seciyelerini tenmiye ile asıl mükellef olan mekteplerdir. Fakat her yerde görülüyor ki mektep bu ise kifayet etmiyor. Mektebe gelmeden evvel aileye, mekteple beraber ve mektepten sonra, ona muavin olarak bazı taazzilere ihtiyaç var. İrade ve seciyenin muayyen bir tarzda tekvin ve tenmiyesinde sporun çok nâfi olduğunu söylüyorlar. Anglo-Saksonların tefevvukunda spora mühim bir hisse ayırıyorlar. ... Spor müessesemizin maksadımıza, idealimize kifayet etmediğini evvelce söylemiştim. Mektebe muavin olmak üzere spor müessesesiyle beraber gençliğin fikrini ve hissini muayyen gayelere muvafık bir tarzda işletmek ve terbiye etmek adalât mebbeinden değil fikir ve his mebbeinden başlayarak irade ve seciyesini tavlama için bir gençlik müessesesine ihtiyaç muhakkaktır ve bu ihtiyaç bundan on üç, on dört sene evvel duyulmuştur ki ocağımız, ‘Türk Ocağı’ tesis olunmuştur.*” (Soncu, 2012:238) sözleriyle ocağın yerine getirdiği işleve işaret etmektedir.

Konferansların yanı sıra Ocaklar, özel törenler ve gösterilere de ev sahipliği yapmıştır. Atatürk de özellikle Ankara’da Türk Ocağı binasının özel törenler, gösteriler, kültürel faaliyetler için kullanılmasını istemiş ve bu amaçla da Cumhuriyetin ilk yıllarında Ankara’da kültürel faaliyetler Ankara Türk Ocağı’nda gerçekleştirilmiştir. 13 Ağustos 1923’te Atatürk, Ankara Türk Ocağı’nda bu faaliyetlerden biri olan İstanbul izcilerinin gösterilerini izlemiştir (Palazoğlu,1991:139).

Ocakların 1924 yılı I.Umumi kongresinde uzman encümenler vasıtasıyla ocaklarda iktisat, sağlık ve spor gibi alanlarda faaliyet gösterileceği konusunda benimsenen yaklaşım gereği Spor, ilk kez ocak kayıtlarında bu anlamda geçmektedir (Candan, Bağırhan, 2010:22). Gerçekten de Ocak amaçlarına yapılan öneri ve tartışmalar sonucu “...medeni ve sıhhi tekamile çalışma” kaydı eklenmiştir (Üstel,2010:147).

Bu dönemde ilk çok sporlu spor örgütü olan ve görevlerini Türkiye’de spor ve beden eğitimi yaptırmak, düzenlenen karşılaşmaların idaresini yapmak, teşvik etmek, her türlü spor

yarışmalarında Türkiye'yi ite ve dışta temsil etmek, spor tesislerinin yapılmasını sağlamak olarak belirleyen Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakı (Fişek, 1985:92-114) bulunsa da mevcut yapının yeterli görülmediğinin düşünöldüğü Akçuraoğlu'nun sözlerinden anlaşılmaktadır. Akçuraoğlu'nun konuşması daha sonra sporu yönetenlerin gündemini epeyce meşgul edecek olan bir gençlik-spor teşkilatı meselesine dair ilk seslerden biri olarak yorumlanabilir.

Ocakların 1926 yılı III.Kurultayı'nda İdare Heyetine bağlı olarak; İşat ve Tenvir, Temsil, Spor, Müzik, Sıhhi Muavenet, Köylüye Yardım adları altında toplam 6 heyetle faaliyetlerin sürdürölmesi kararlaştırılmıştır (Üstel,2010:211). Bu doğrultuda Türk Ocakları'nın spora yönelik faaliyetler ilk kez 1926 yılı nizamnamesinde Terbiye-i Bedeniyye programı ile tanımlanmıştır;

1. Türk Ocakları'nın bir terbiye-i bedenîye salonu; bir soyunma ve ders yeri, bir de tasfiye edilmiş oyun mahalli vardır.
2. Salonunda muayyen saatlerde terbiyevî jimnastik hareketleri ile millî ve beynelmilel rakslar ve eskrim ile boks yapılır.
3. Türk Ocağı terbiye-i bedenîye programında eskrim ve bokstan mâdâ voleybol, basketbol, futbol, yüzme, kürek çekme ve atletizm sporları ile milli ve mahalli oyunlarımızdan esir almaca, hamam kızdı ve güvercin taklağı oyunları bulunur. Ancak bu spor ve oyunlar Ocağın meydan yerinde tatbik edilir.
4. Mümâresat-ı bedenîyye sabah ve akşamları, muayyen saatlerde, bir zâtın kumandasında, muntazam ve mükemmel bir tarzda yapılır.
5. Mümâserat-ı bedenîye baş, kol, bacak, gövde hareketleri ile muhtelif yürüyüşler, hamleler ve atlamalardan terkip eder.
6. Bu faaliyetler 40 dakika devam eder. Müteâkiben her Ocaklı duruşunu yapar. Vücudun bir tuvaleti mâhiyetinde olan bu mümâresat için muayyen bir yaş yoktur. Erkek kadın herkes için lâzımdır.
7. Jimnastik mümâreselerinde hiçbir alet kullanılmaz, vücudumuz âletlerin en mükemmelidir. Onu lâyıkiyle işletmesini bilmek her Ocaklının vazifesidir.
8. Muayyen saatlerde, terbiye-i bedenîye salonunda milli ve beynelmilel rakslar tâlim edilir. Frenk rakslarından apaş dansları ile Türk danslarından çiftetelli Ocaklarda oynanmaz.
9. Eskrim ve boks haftanın muayyen saatlerinde yapılır. Sporcu eşyâ ve levâzımını, kendi tedârik etmekle mükelleftir. Eldiven, maske, terlik, eskrim, pantolon ve ceketi tedârik etmeyenlerin eskrim yapmalarına müsâade edilmediği gibi eldivensiz boks

yapmak da memnûdur.

10. Futbol, basketbol, voleybol, teniz, atletizm gibi sporları yerlerini, filesini, sepetleriyle, kale direklerini Ocak tertip ve tanzim eder. Top, raket, terlik gibi levâzım-ı zarurîyyeyi sporcular kendileri tedârik ederler.
11. Ocakların futbol temasları vardır ve bunlar umûmî müsâbakalara iştirak ederler.
12. Sporcu Ocaklılar her üç ayda bir Ocak hekimi tarafından muâyene edilir.

Türk Ocakları'nın 1926 Mesai Programında "Ocaklar spor teşkilatı propagandası yapacaktır. Çocukların yaşlarına, bedeni kabiliyetlerine ve aza-i dahiliyyelerinin istidadına göre, doktor tarafından verilecek ve sa'y ve irşad esas olmak üzere her Ocak, türk gençliğini ve alelumum Türk halkını idman muhabbet ve itiyadına sevk edecektir" denilerek spor yapılmasının yayılması noktasında ocakların faaliyet göstermesinin beklendiği görülmektedir (Üstel, 2010:220).

Türk Ocakları özellikle Türklerin tarih boyunca yapmaya alışık oldukları ata sporlarının eğitimine önem vermiş, güreş, boks yanında, halter ve eskrim de spor dallarına eklenmiştir (Özçelik,2010:71). 1926 yılında gençlerin sağlıkları ve yorgun dimağları göz önüne alınarak Yeşilköy civarında elli kişilik bir kamp yapılmıştır (Şahin, 2009: 160). Yanı sıra ocakların yayın organı Türk Yurdu dergisinde de sporun önemine dair yayınlar yapılmıştır.

Türk Yurdu dergisindeki yazılarda Türk öğrencilerinin milli bir ruh taşımaları gerektiği, bilgiye istekli olmaları gerektiği, fikir terbiyesi yanında sporla da ilgilenerek beden terbiyesi alarak milletine faydalı olabileceği belirtilmiştir. Dergide milli değer ve kültürlerinin dejenarasyona uğramaması için sporla ilgilenmeleri gerektiği, bu özellikleri taşımayan gençlerin milletin ihtiyaç duyduğu gençler olmadığı ve Türk genci özelliği göstermedikleri ifade edilmiştir (Soncu, 2012:187-188,243).

1927 yılında Türk Ocakları'nın eğitim konusunda Çekoslovakya'daki Sokol Cemiyeti² 'ne benzer faaliyetler içinde bulunmasını savunan Mehmet Emin, Batı vilayetlerinde 'talim ve terbiye' ile ilgili benzer kuruluşlarla işbirliğine gidilmesini önermiş olması (Üstel,2010:228) hayli dikkat çekicidir. Ki sonrasındaki süreçte benzer öneriler, konferanslar ve yazılar dönemin diğer ileri gelenleri tarafından da dillendirilecektir.

² Sokol hareketi fiziki egzersizler ve siyasi idealler arasında olduğu varsayılan sıkı bağlar üzerine kurulmuştu. Kurucusu olan Tyrs, hareketini yurtseverlik, Slavlık, dayanışma gibi değerler etrafında geliştirmişti (Akın, 2014:130). Bu özellikleri dolayısıyla Sokol hareketi erken cumhuriyet dönemi aydınlarının ilgisini çekmiş, model teşkil etmiştir.

Örneğin Selim Sırrı Tarcan, 1928 yılında Türk Ocakları Merkez Heyeti'ne verdiği ve Türk Yurdu'nda 'Türk Ocakları ve Bedeni Terbiye' başlığı altında yayımlanan raporda şöyle demektedir; "Gençlik dejenerasyona doğru yürüyor. Onlara nü-mûne-i imtisal olmak üzere müstesnalar ve harikalar gösteriliyor ve onlardan harika bekleniyor. Yüzmede, boksta, güreşte, futbolda birinciler alkışlanıyor ve birinci olacağım, alkışlanacağım, bu sayede çabuk şöhret olacağım sevdasıyla gençler sıhhatini heder ediyor. Bizim halkımız sporcu değildir. Spor yapmaktan değil, seyretmekten zevk alır. Vakit vakit heyecanlarını duymak ister. Evvelleri ona başka şeyler heyecan veriyordu. Koç döğüşünü, horoz döğüşünü, deve güreşini, pehlivanları seyrediyordu. Sahaya on çift pehlivan çıkıyordu, şimdi yirmi iki genç çıkıyor. Mahiyet itibariyle hepsi birdir. Ne evvelkiler, ne sonrakiler bir milletin sıhhat-i umûmiyesinin yükseldiğini ifade etmez. Spor bu tarzda anlayış bizi atâletten kurtaramaz. Terbiye-i bedeniyenin hıfzıssıhhatin en mühim bir şubesi olduğunu ve gençlere, ihtiyarlara, kadınlara, çocuklara tatbiki sayesinde milletin iktisab-ı hayat edeceğini, ırkımızın güzelleşeceğini herkese anlatmak lâzımdır. Bunu Türk Ocakları yapmalıdır." Tarcan, gençlerin sağlıklarını zorlayarak öne çıkmaya ve ünlü olmaya çalıştıklarını oysa ki beden terbiyesinin sağlığın en önemli aracı olduğunu ancak kadın-erkek herkesin spor yapmasıyla ilerleme sağlanacağı ve ırkın güzelleşeceğini belirttiği raporda Sokol teşkilatını örnek göstermektedir.

Tarcan, Çekoslovakya'daki Sokol teşkilatını ülkemizde uygulamayı tavsiye etmektedir; "buradan faydeli dersler almak Ocaklarımız için lazımdır itikadındayım. (...) Maalesef sıhhat-ı umumiyyesi pek yolunda olmayan milletimize bazen gıda, bazen deva mahiyetinde olan jimnastiği verecek yere, kuvvetli dozda spor verecek olursak farkına varmadan iyilik yapalım derken fenalık etmiş oluruz. Sokolların Çekoslovaklar'da yaptığını bizde Türk Ocakları yapabilir. Zaman kaybetmeden Ocaklar jimnastik teşkilatına başlamalıdır. Ocaklarda faaliyet-i bedeniyye bir zevk, bir eğlence, bir distraksiyon mahiyetinde değil, milli bir vazife şeklinde tatbik edilmelidir".

Selim Sırrı'nın gençliğin 'beden terbiyesini' yükseltmek konusunda Türk Ocakları'na yaptığı öneriler arasında, Hamdullah Suphi'nin Çapa Kız Muallim Mektebi yakınında inşa ettirdiği 'Beden Mabedi' örneği doğrultusunda parasal olanağı olan şubelerin jimnastik salonu yapmaları, Maarif Vekaleti'nin düzenlediği kurslarda yetişen beden terbiyesi öğretmenlerinin gözetimi altında ve belirli bir program dahilinde Ocak üyelerine sabah ve akşam jimnastik kursları düzenlenmesi, Genel Merkez tarafından saptanacak bir günde Türk Ocakları jimnastikçilerinin, 'Sokollarda olduğu gibi' yılda bir kez ve özel bir giysi ile bir 'bayram' yapmaları bulunmaktadır (Üstel,2010:296).

Tarcan, raporunda birincilikler elde etmek ünlü olmak hevesiyle vücudu zorlamanın sakıncalarından bahsederek sağlığı korumak ve ırkı geliştirmek yolunda çocuk-geç, kadın yaşlı demeden herkesin beden terbiyesi uygulamaları yapılmasını tavsiye etmektedir. Bu öneriler Tarcan'ın, 'Fit olanın hayatta kalma'sına vurgu yapan Alman sisteminin tersine engelli, yaşlı ve zayıf insanları kapsayan yarışmacı olmayan doğası (Lüküslü, Dinçşahin, 2013:201) nedeniyle benimsediği İsveç jimnastik sisteminin yansımaları olarak görülmektedir. Ayrıca Tarcan'ın raporundaki beden eğitiminin artık 'milli bir görev' olarak kabul edilmesi birbiri ardına savaşların yaşandığı bir zamanda milletin cephede olduğu kadar cephe gerisinde de her an savaşmaya hazır bir durumda olması yani 'topyekûn savaşa hazırlık' anlayışının yansıması niteliğindedir.

1930'lu yıllara gelindiğinde Türk Ocaklarının, 44 şubesinde spor teşkilatı kurulduğu, buralarda, atıcılık, binicilik, güreş gibi ata sporlarının yanı sıra, voleybol, basketbol, izcilik, futbol ve deniz sporları gibi dallarda faaliyetler yapıldığı yıllık raporlardan anlaşılmaktadır (Sarınay,1994:350). Türk Ocakları'nın 1930-31 döneminde gerçekleştirdiği beden eğitimi faaliyetlerinin hayli canlı olduğu görülür. Bu etkinliklerden bir tanesinde Vildan Aşır Savaşır 'Halk Terbiyesi ve Spor' konulu bir konferans verirken; Selim Sırrı ise 'Sokol Teşkilatı' hakkında konferanslar vermiş, Karadeniz raksları gösterileri ve Sokol teşkilatı hakkında bir film gösterimini içeren kapsamlı programlar yapmıştır (Üstel,2010:390-392).

Çeçen, 1931 yılı sonlarına doğru Savaşır'ın, Avrupa ülkelerinde halk eğitimi çalışmaları ve Çekoslavakya'daki Sokol uygulamasından bahsettiği konferansının, ardından Ankara Radyo'sunda bu konuşmayı yineleyerek Sokolları ve elde ettikleri başarıları anlatmasının ülkede bir tartışmayı başlattığını, hatta Atatürk'ün köşkten Savaşır'ı aratarak kutladığını ve çalışmalara hazır olmasını bildirdiğini belirtmektedir³ (2000:93-94). Üstel, gençlik teşkilatına olan bu ilginin Türk Ocaklarının konuya giderek daha fazla önem vermesinin yanı sıra hükümetin eğitim politikasıyla da tutarlı olduğunu belirtmektedir (2010:296). Ocaklar, her ne kadar hükümet politikaları çerçevesinde etkinlikler yürütmeye çalışsa da 1930'lara doğru ayrılıkların baş gösterdiği görülmektedir.

³ Gerçekten de Savaşır, Halkevleri kurulmasına ilişkin heyette Reşit Galip, Şevket Süreyya Aydemir, Recep Peker, Ali Rana Tarhan, Sadi İrmak gibi isimlerle birlikte çalışmıştır. Halkevlerinin yapısı, amaçları ve halka mal edilmesi gibi konular heyet tarafından geniş boyutlarda tartışılmış, toplantılar sonunda bir komisyon oluşturularak ana tüzük hazırlamakla görevlendirilmiş, alt komitelerle yürütülen yoğun çalışmanın ardından ana statü tamamlanarak Parti'nin üçüncü büyük kongresinde (10-18 Mayıs 1931) Halkevleri'nin kurulması kararı alınmıştır (Çeçen, 2000:94).

Dönem şartları gözden geçirildiğinde milliyetçiliğin devlet politikasının temel eksenine haline gelmesi, partinin ilkeleri arasında yer alması, özellikle devlet-hükümet özdeşliğinin yaşandığı bir dönemde Türk Ocakları'nın siyasal ve ideolojik amaçlara uygun faaliyetlerde bulunmasına yol açmıştır. Devrimlerin kitlelere benimsetilmesi, çağdaşlaşma yanlısı temaların vurgulanması sürecinde Türk Ocakları önemli bir işlevi yerine getirmiştir. Ancak aynı zamanda ocağın kurumlaşma yönünde çabaları, ocakların özellikle Anadolu'da parti taşra teşkilatı yanında ikinci bir iktidar odağı olarak ortaya çıkmasına neden olmuş, hatta Ocakların çok yönlü kültürel faaliyetleriyle halkla yatay ilişkiler kurmadaki başarısı nedeniyle hükümet tarafından kendi varlığına karşı tehdit olarak algılanmaya başlanmıştır (Üstel,2010:402-403).

Ocak faaliyetlerinden özellikle 'Turan⁴' idealinin kendi yönetimlerindeki Orta Asya Türklerini etkilemesinden çekinen Sovyet Rusya'nın duyduğu rahatsızlıklar⁵, çok partili hayata geçiş amacıyla kurulan Serbest Cumhuriyet Fırkası'nın parti karşıtlarının ve muhaliflerinin toplandığı yer olması ve bazı ocaklıların da Serbest Fırkaya destek vermesi gibi sebepler de eklenince ocağın artık siyasi rakip olarak görülmesi kapanışa giden süreci başlatmıştır. Her ne kadar Ocak 1927 nizamnamesinde yaptığı değişiklikle ikinci maddede: 'Türk ocaklarının fiilen işgal sahası Türkiye Cumhuriyeti hudutları dahiline münhasırdır' diyerek faaliyet sahasının Türkiye ile sınırlı olduğunu belirtmiş olsa da (Sarıay,1994:139) kapatılmaktan kurtulamamış yerini Halkevleri'ne bırakmıştır.

Tartışma

II.Meşrutiyetin ilanıyla devletin beden terbiyesi ve spor meselesini bir program çerçevesinde ele almaya başladığı dönem (Yarar, 2014: 306) aynı zamanda modernleşme sürecinin de yaşandığı bir dilimi oluşturur. Diğer pek çok yerde olduğu gibi Osmanlı'da ve onun devamı olan Türkiye Cumhuriyeti'nde de 'genç insan', yeni modern devletin önceliğini

⁴ Tüm Ural-Altay kavimlerinin birliğini savunan Turancılık ideali. Ziya Gökalp'ın dizeleriyle 'Vatan ne Türkiyedir Türklere, ne Türkistan /Vatan, büyük ve müebbet bir ülkedir: Turan'.

⁵ "Mustafa Kemal Rusya ile barış politikası içinde bulunmaya önem verdiği için, Türk Ocağı adlı örgütü hiç gözü tutmuyordu. Bu örgüt gittikçe Mustafa Kemal karşıtı kişilerin yönetimine girmekte; üstelik Başkurt bilgini Zeki Velidi de konferanslarında 'Atatürk Devrimleri' diye bildiğimiz değişiklikleri Türk dünyasında 'kültür bunalımı' (hars buhranı) yaratan eylemler olarak nitelendirmekteydi" (Arıkan, 1999:265).

oluşturmuş, kitlelerde ‘milliyetçi bir dürtü’ yaratmak, kitleleri ‘milliyetçi bir amaç’ etrafında bütünleştirmek yolunda okulların yanı sıra işlev gören kurumlar, milliyetçi amaçlara hizmet etmiştir (Demirci,2003:57).

Erken Cumhuriyet döneminde savaş ortamında gençliği çarpışmalara hazırlamak amacının ağır bastığı; ama bir taraftan da Türklük bilincini aşılama, kamu sağlığını koruma gibi ikincil amaçların olduğu farklı derneklerin kurulduğu görülmektedir (Demirci,2003:62). Bunlardan biri olan yurdun her köşesinde şubeler açan Türk Ocakları, dönemin yaygın eğitim veren kurumları gibi faaliyette bulunmuşlardır (Şahin, 2009: V).

Yürütülen çalışmalara bakıldığında Türk Ocakları’nda beden terbiyesi ve spor’a dair çeşitli konferanslar, söyleşilerin düzenlendiği, yanı sıra ocakların yayın organı olan Türk Yurdu dergisinde gençlerin spor yapmalarıyla milletine yararlı olabilecekleri vurgulandığı görülmektedir. Genel olarak Ocaklardaki sportif faaliyetlere rağbet edildiği spor şubesi açan ocak sayısından da anlaşılmaktadır. Milli birliği ve yer geldiğinde savunmayı gerçekleştirmek üzere Sokol örneğinin Türk Ocakları’nda uygulanması konusunda dönemin önde gelen pekçok spor insanınca öneriler getirilmiş ise de daha sonraki gelişmelerden bunun gerçekleşmediği görülmektedir.

Sonuç olarak 1931 yılında kapatılıncaya kadar nizamnamelerindeki amaçlar ve yürüttükleri faaliyetlere bakıldığında Türk Ocakları’nın toplumun genel sağlık düzeyinin iyileştirilmesi ve Türklüğe özgü değerlerin benimsetilmesi noktasında hükümetin beden eğitimi ve spor programlarıyla örtüşecek biçimde sporun tanıtılması ve yayılması noktasında önemli katkılarda bulunduğunu söylemek mümkündür.

Kaynakça

- Akın, Y.** (2014). *Gürbüz ve yavuz evlatlar: erken cumhuriyet’te beden terbiyesi ve spor*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Akyüz, K.** (1986). Türk Ocakları. *Belleten*. L(196), 201-228.
- Arıkan, Z.** (1999). Halkevlerinin kuruluşu ve tarihsel işlevi. *Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*. 6(23), 261-281.
- Candan, N., Bağırhan, T.** (2010). Türk Ocaklarından Halkevlerine: Türkiye’de sporun erken dönem öyküsü. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*. XV(3), 17-32.

- Çavdar, T.** (1983). Halkevleri. Cumhuriyet dönemi Türkiye ansiklopedisi 4.cilt. 878-884. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çeçen, A.** (2000). Halkevleri: Atatürk'ün kültür kurumu. İstanbul: Cumhuriyet Kitapları.
- Demirci, H.A.** (2003). Tek parti döneminde siyaset-geçlik ilişkilerine bir örnek: gençlik teşkilatı tasarıları. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi. 58(2), 55-77.
- Ertekin, O.** (2009). Türkiye'de hukuk-siyaset ilişkileri. Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce 9.Cilt: Dönemler ve Zihniyetler. 285-311. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Fişek, K.** (1985). 100 Soruda Türkiye Spor Tarihi. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Lüküslü, D., Dinçşahin, Ş.** (2013). Shaping bodies shaping minds: Selim Sırrı Tarcan and the origins of modern physical education in Turkey. The International Journal of the History of Sport. 30(3), 195-209.
- Özçelik, Ş.** (2010). Türk ocakları ve eğitim (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İlköğretim Anabilim Dalı, Adana.
- Palazoğlu, A.B.,** (1991). Başöğretmen Atatürk I (1919-1928) ve II (1928-1938). Ankara: MEB yayınları.
- Sarmay, Y.** (1994). Türk milliyetçiliğinin tarihi gelişimi ve Türk Ocakları. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Soncu, A.G.** (2012). Kimliklerin inşasında kurumsal dergilerin rolü: Türk Yurdu ve Ülkü (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bilim Dalı, Ankara.
- Şahin, M.** (2009). Türk Ocaklarının eğitim ve kültür faaliyetleri (1912-1931) (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Programları ve Öğretimi Anabilim Dalı Eğitimin Sosyal ve Tarihi Temelleri Bilim Dalı, Ankara.
- Tuncer, H., Hacaloğlu, Y., Memişoğlu, R.** (1998). Türk Ocakları tarihi: açıklamalı kronoloji. Ankara: Türk Yurdu Yayınları.
- Ülken, H.Z.** (1992). Türkiye'de çağdaş düşünce tarihi. İstanbul: Ülken Yayınları.
- Üstel, F.** (2008). Türk Ocakları. 263-268. Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce 4.cilt: Milliyetçilik. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Üstel, F.** (2010). İmparatorluktan ulus devlete Türk milliyetçiliği: Türk Ocakları (1912-1931). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yarar, B.** (2014). Osmanlı'dan cumhuriyete geçiş süreci ve erken cumhuriyet dönemi Türkiye'sinde modern sporun kuruluşu. Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi. (21). 301-317.

Sporda Fanatizm Unsuru: Latif Demirci'nin Çizgi Karakterleri Üzerine Bir İnceleme⁶

Uğur Keskin¹, Kadir Çalışkan², Volkan Aydoğdu²

¹Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi

²Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

(ugurkeskin@anadolu.edu.tr, k_caliskan@anadolu.edu.tr , vaydogdu@anadolu.edu.tr)

Özet

Bu çalışmada, sporun vazgeçilmez bir parçası olan taraftarlık olgusu, karikatürist Latif Demirci'nin mizahi bir biçimde ele alarak kitaplarına taşıdığı karikatürler aracılığıyla incelenmiştir. Çalışmada; doküman, kayıt ve arşiv gibi materyalin incelenmesinde başvurulan nitel analiz yöntemlerinden olan içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Yapılan inceleme, sporu yaşamlarının merkezine koyan çizgi karakterler (Muhlis Bey, Mithat ve Mirsat) ile sınırlı olarak yürütülmüştür. Çizerin söz konusu karakterleri, uzun yıllar süresince çizgi karelerinde hayat bulmuş ve taraftarlık kimliğini yansıtmaları bakımından tipik birer taraftar profili ortaya koymuşlardır. Çalışma kapsamında yapılan incelemelerde, taraftarlık davranışının, çizgi karakterler arasında patrimonyal (babadan oğula / bu çalışma için ustadan çırağa) biçimde aktarıldığı ve yıllar ilerledikçe davranışlarda giderek sivrileşme ve şiddet eğilimi baş göstermeye başladığı tespit edilmiştir. Kitapların yayımlandığı dönem göz önüne alındığında, dünya genelinde sporda şiddetin giderek yaygınlaşmasının Türk sporunda da özellikle futbol camiasına olan etkisini gözler önüne sermektedir. Çalışmadan elde edilen bulgular, sporda taraftarlık davranışlarının şiddet ile olan ilişkisinin, karikatür sanatı aracılığıyla ele alınabildiğinin bir göstergesi olması bakımından anlamlı bir katkı niteliği taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: spor, fanatizm, karikatür, Latif Demirci

Fanaticism Fact in Sprots: An Investigation About Animated Characters of Latif Demirci

Abstract

This study examines the concept “supporting a sports team”, an inherent component of sports, through the comics in the books of caricaturist Latif Demirci. The study uses content analysis techniques, which is one of the qualitative analysis method often used while analysing certain materials such as documents, logs and archives. The analysis was limited to animated characters Muhlis Bey, Mithat and Mirsat, who place sports in the center of their lives. These study specific characters have been used for a long time in comics and represented typical sports fan profiles by reflecting stereotype supporter identities. The analyses revealed that supporter behavior followed a patrimonial pattern (passing from father to son / in this study from master to apprentice) and was characterized with tendency to radical fanaticism and violence as the age increases. When the period in which the comics were published is concerned, it can be observed that the increasing violence in sports all over the world has greatly affected Turkish world of sports, especially football. The findings of the study are

⁶ Bu çalışma, 23-26 Kasım 2017 tarihleri arasında Manisa'da düzenlenen Dünya Spor Bilimleri Araştırmaları Kongresinde sözel olarak sunulan “Latif Demirci'ye Ait Mithat Çizgi Karakterinin Spor Fanatizmi Açısından İncelenmesi” başlıklı bildirinin genişletilerek farklılaştırılmış hâlidir.

expected to contribute to the field since it shows that the relationship between supporter behavior and violence can easily be dealt with through caricature art.

Keywords: sports, fanaticism, cartoon, Latif Demirci

Giriş ve Genel Bilgiler

Spor, bedensel olarak yürütülen bir faaliyet olmakla birlikte, özellikle son yıllarda bunun ötesine geçerek izleyici toplamakta ve spor üzerine yazılı ve görsel yayınlar üretilmektedir. Aktif spor yapan sporcular ve spor takımları, yüzbinlerce birey tarafından yazılı ve görsel medya aracılığıyla takip edilmektedir (Keskin, Çalışkan ve Aydoğdu, 2017: 14).

Günümüzde, teknolojinin gelişmesiyle birlikte, geleneksel anlamdaki “okuma” eylemi, internet tabanlı elektronik ortamlara doğru kayma göstermiştir. Yazılı eserler olan kitaplar özelinde yürütülmüş olan bu makale çalışması da söz konusu durumdan kaçınılmaz olarak etkilenmiştir. Bu etkilenmenin en belirgin göstergesi ise, birçok karikatüristin son yıllarda kitap yayınlamamaya başlaması şeklinde kendini göstermektedir. Bu makale, çizimleri ele alınan karikatürist Latif Demirci ekseninde yürütülmüştür. Demirci’nin, 1970’li yıllardan günümüze kadar birçok karikatür dergisinde çizimlerini yayınlamıştır. 1975 yılında *Gırgır* dergisinde çalışmaya başlamış ve ilk karikatürünü bu dergide yayınlamıştır. 1978-1979 arasında *Mikrop* dergisinde çalıştıktan sonra mizah yaşamını on yıl boyunca *Gırgır* ve *Fırt* dergilerinde sürdürülmüştür. 1989 yılında çıkan *Hıbrır* dergisinin kurucularından olan Demirci, *HBR Maymun* dergisinde karikatürlerini yayınlamış ayrıca günlük gazete ve haftalık dergilerde de çizerlik yapmıştır. Çizerlik yaşamı sürecinde kendi özgün üslubunu yakalamıştır. Demirci, insanın ruh hallerini çizgilerinde başarıyla betimlemiş ve gündelik yaşamın her ögesini çizgilerine taşımıştır (Memiş ve Yarış, 2010: 158).

Özellikle 1980’li yıllardan itibaren Türkiye’nin en çok okunan karikatür dergilerinde okuyucuları tarafından yakın bir ilgiyle takip edilen Demirci’nin, bu yakın ilginin karşılığı olarak çizim yaptığı dergilerde kendine ait belirli bir banda sahip olmanın ötesine geçmiş ve tam sayfa çizimleri yayınlanmıştır. Yıllar sonra karikatür dergilerinde yer vermiş olduğu çizimlerini, belirli çizgi karakterlerin aynı adlı kitapları şeklinde yeniden yayınlamıştır. Aktif çizerlik yaşamının uzun olmasına bağlı olarak, birçok karikatür karakteri (Muhlis Bey, Tarzan, Arap Kadri, Mithat ve Mirsat, Press Bey) ve bu karakterlere ait kitaplarını yayınlamıştır. Demirci’nin kitapları içinde yer alan ve aynı zamanda birbirlerinin devamı niteliğindeki üç adet çizgi karakter ön plana çıkmaktadır. Bunlardan ilki olan Muhlis Bey karakteri, tam sayfa çizimleriyle 1980’li yılların ilk yarısında yayınlanmıştır. 1980’li yılların ikinci yarısından itibaren Muhlis Bey karakteri, Mithat karakterini kendine çırak yapmış ve karikatürlerde birlikte boy göstermeye başlamışlardır. Zamanın ilerlemesi ile doğru orantılı olarak giderek büyüyen Mithat karakteri, ilerleyen yıllarda Muhlis Bey’in emekli olması sonrasında Mirsat karakterini kendine çırak yapmış ve bu karikatürler de 1990’lı yıllarda süregelmiştir. Birbirini takip eden bu üç kuşak çizgi karakterinde dikkat çeken unsur olarak,

belirli bir takıma yönelik fanatizm anlayışı, belirgin bir nitelik olarak ön plana çıkmaktadır. Futbol fanatizmi anlamında Muhlis Bey'den almış oldukları tecdri si devam ettiren Mithat ve Mirsat karakterleri, bu yönüyle ortak bir çizgiye sahip bulunmaktadırlar. Bu nedenle, Demirci'ye ait kitaplar içinde de özellikle bu üç çizgi karakter özelinde yoğunlaşarak anlatımlar yapılmıştır.

Bu çalışmada, çok sayıda karikatür kitabı yayınlanan üretken bir karikatürist olan Demirci'nin, spor taraftarlığı ile ilgili çizimlerinden oluşan kitapları özelinde inceleme yapılmıştır. Fanatizm, gündelik yaşamın içindeki bir davranış biçimi olduğu için çizerin kitaplarında bu unsur ile karşılaşabilmek mümkündür (Bkz. Demirci, 1987: 79). Fakat bu tür genel karikatürlerden ziyade, bu çalışmada, taraftarlığın fanatizm düzeyindeki davranışlarıyla ön plana çıkan ve yıllarca devam eden Muhlis Bey, Mithat ve Mirsat karakterleri özelindeki 'fanatizm davranışları' üzerine odaklanılmıştır.

Karikatür kitaplarındaki taraftarlık unsurları, spor bilimleri alanındaki ilgili literatür kapsamında ele alındığında, söz konusu unsurların, belirli temalar etrafında şekillenmekte olduğu gözlemlenmektedir. Bu çalışma, Demirci'nin kitaplarını kapsadığı için, aşağıda yer verilen literatür özeti, çizerin kitaplarındaki taraftarlık anlayışının teorik yönünü açıklamaya yönelik olarak yapılandırılmıştır.

Gülümseme, gülme ve düşünme sadece insanlara özgü bir ayrıcalıktır. Bu ayrıcalığın kaynaklık ettiği mizah kültürü, insanlığın başlangıcından günümüze kadar varlığını sürdürmüştür (Özer, 2007: 45). On altıncı yüzyıl düşünürlerinden olan Kınalızade Ali Efendi'ye göre, mizahın orta dercede olanı makbul kabul edilmektedir. Normali aşmamak şartıyla yapılan şakalar insanların gönlünü şen ve şakrak etmekte, onlara serinlik vermektedir. Bu tarz mizah unsurları, sahibini, etrafına kırgınlık verecek asık suratlılıktan ve büyülenmekten uzak tutmaktadır (Kınalızade, 2005: 60).

Mizahın alt işlevi olan karikatürü çok eski tarihsel devirlere kadar götürmek mümkündür fakat bugünkü anlamıyla ortaya çıkan karikatürlerin başlangıcı görece olarak daha yenidir. Karikatür; insanların, varlıkların, olayların, duygu ve düşüncelerin gülünç yanlarını yakalayıp bunları kimi zaman yazıyla da desteklenmiş abartılı çizimlerle anlatıma dönüştürme sanatıdır. İtalyanca "caricare" kelimesinden türemiş olan bu kavramın sözlük anlamı, üst üste yükleme (resim gibi bir ortamı), taşıyabileceğinden çok ayrıntıyla doldurmaktır. İtalyan sanatçıları, bu tür abartılı çizimlere "carucatura" adını vermişler, İtalyanca'dan Fransızca'ya da bu şekilde geçmiş ve bütün dünyaya bu şekilde yayılmıştır (Alsaç, 1994: 7).

Bilinen ilk karikatür 16. Yüzyılda Almanya'da obur bir bireyin davranışını betimleyen bir çizim olarak Agostino Carracci ve Giovanni Bernini tarafından yapılmıştır (Memiş ve Yarış, 2010: 12). Türkiye'de karikatür, Batı'ya açılma hareketlerinin bir parçası olarak gelişim kaydetmiştir. 1870 yılında Teodor Kasap, Türkiye'nin ilk mizah dergisi olan Diyojen'i yayınlamıştır. Daha önce de basılmış karikatürlere rastlanmakla birlikte, bugün

bilinen anlamıyla yazı ve karikatürleriyle ilk basılı mizah devri bu dergi ile başlamıştır (Karikatürcüler Derneği, 1971: 7).

Türk karikatürleri incelendiğinde, basılı kitap olarak spor karikatürleri ilk olarak Şevket Soley (1972) tarafından *Dünyadan Seçme Spor Karikatürleri* adıyla yayınlanmış olduğu görülmektedir. Daha sonraki yıllarda Türk karikatürcüler, çeşitli dergilerde yayınlamış oldukları karikatürlerini ayrıca kitaplaştırmaya başlamışlardır. Demirci de 1984-2006 yılları arasında toplam 14 adet kitap (karikatür albümü) yayınlamıştır.

Alanyazın Özeti

Taraftarlık

Taraftarlık; bir şeyden, bir görüşten, düşünceden ya da birinden yana olma, ondan yana saf tutma olarak tanımlanmaktadır. Taraftarlık denildiğinde, akla ilk olarak spor taraftarlığı gelmektedir. Futbol üzerinden örnek gerekirse taraftar, bazen 12. oyuncu, bazen sermayedar olarak adlandırılırken, bazı zamanlarda ise istenen/istenmeyen olayların sorumlusu olarak görülebilmektedir (Çakmak ve Çelik, 2016: 310). Sporun vazgeçilmez bir unsuru olan taraftarlık, kimi zaman fanatizm kimi zaman da holiganizm ile karıştırılmaktadır. Koçer'e (2012: 113) göre taraftar ile fanatik arasındaki en önemli farklılık, fanatiklerin takımlarına taraftar olanlardan çok daha fazla şekilde bağlılık hissetmeleridir. Holiganizm ise, fanatizm kavramının şiddete bürünmüş halidir. Hunt, Bristol ve Bashaw (1999); taraftarlığı 5 grupta sınıflandırmaktadır. Söz konusu taraftarlık türleri aşağıda sırasıyla açıklanmıştır.

Geçici Taraftar (Temporary Fan)

Kazanma ve kaybetme olgusu, bazı bireylerin yaşamında önemli derecede belirleyici bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Bu da söz konusu bireylerin taraftarlık davranışını belirlemede anlamlı bir değişken olarak kabul edilmektedir. Cialdini'ye (1976) göre, takımın elde ettiği başarı karşılığında memnuniyet duyan ve bağlılığını sürdüren taraftar modeline BIRG (Basking in Reflected Glory) denilmektedir. Başarısızlık karşısında ise taraftarlığın kesintiye uğraması CORF (Cutting of Reflected Failure) olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca zamana bağlı olarak bu taraftarlık türündeki bağlılıkta azalmalar ve tükenmeler yaşanabilmektedir. Örneğin başarılı bir sezon geçiren klübün taraftarı, sezon bitiminde klübe karşı bağlılığını yitirebilmektedir (Hunt, Bristol ve Bashaw, 1999: 443). Bireyin taraftarlık davranışında gözlemlenen bu tür durumsallıklar, o bireyin geçici taraftar olduğu gerçekliğini ortaya koymaktadır.

Yerel Taraftar (Local Fan)

Bu taraftar türü, yaşamakta oldukları yakın coğrafyadaki takımı veya doğdukları yerin takımını destekleme eğilimine sahip bulunmaktadır. Bu tür taraftarın, yerel takıma karşı hissetmiş ve sergilemiş oldukları adanmışlık, yaşamakta oldukları yerden uzaklaşmaları

durumunda, zaman içinde kaybolabilmektedir (Hunt, Bristol ve Bashaw, 1999: 444). Taraftarın bağlı olduğu unsur, takımda yer alan belirli bir sporcu ise, bu sporcunun takımdan ayrılması durumunda da yerel taraftar, benzer bir tepki vermekte ve oyuncuya karşı adanmışlık duygularından uzaklaşmaktadır.

Sadık Taraftar (Devoted Fan)

Bu tür taraftarlık, yer ve zamandan bağımsız olarak taraftarlık sergileme şekli olarak kavramlaştırılmaktadır. Bu taraftarlık tipinde, kısa dönemli başarı veya başarısızlık durumu ya da coğrafi olarak uzaklaşma durumlarında bile taraftarlık davranışında değişim görünmemektedir. Sadık bir taraftar, takımının maçlarına düzenli olarak katılma, televizyon ekranından takip etme veya bu takımın ürünlerini satın alma isteği göstermektedirler. Dolayısıyla, adanmışlık duyguları oldukça yüksek bir düzeyde olmaktadır (Argan ve Katırcı, 2015: 120).

Fanatik Taraftar (Fanatical Fan)

Fanatik kavramı İngilizce taraftar anlamına gelen “fan”dan türetilmiş bir sözcüktür. Fanatik taraftarlar vücudunu kıyafetlerini boyatarak sadık taraftardan farklı davranışlar göstermektedirler. Zaman zaman değişik kıyafetler, maskeler ve boyalar ile ekranlara yansıyan bu taraftar türü, sadık taraftar ile fanatik taraftar arasındaki farkı ortaya koymaktadır. Takımlarına ait eşyaları satın alarak günlük yaşamlarında kullanabilmekte, odalarını ve çalışma ortamlarını tuttuğu takımların bayrakları ya da farklı ürünleri ile süsleyebilmektedirler. Bu yönüyle, yoğun bir taraftarlık davranışı sergilemektedirler (Argan ve Katırcı, 2015: 121-122).

Kötü Fonksiyonlu (Sert) Taraftar (Dysfunctional Fan)

Bu tip taraftarlıkta, anormal davranışlar sergilenmektedir. Başkalarına karşı davranışların şiddet içermesi ve sözlü taciz gibi unsurları içerisinde barındıran bu taraftarlık tipinde, toplumsal olarak işlev bozukluğu da söz konusu olmaktadır. Bu kişiler son derece çatışmacıdır ve sport ortamının çeşitli bileşenleri hakkında (takımın antrenörü, alınan kararlar, vb.) sık sık şikâyet etme eğilimindedirler. Spor organizasyonlarında sürekli olarak sorun çıkarmaktadırlar ve oyunculara, takıma, rakip takım taraftarlarına karşı saldırıya hazır bir durum sergilemektedirler (Wakefield ve Wann, 2006: 170).

Kötü fonksiyonlu taraftarlar kendi kimliklerinin temel bir metodu olarak taraftarlığı kullanmaktadırlar. Bu taraftarlık türü için en klasik örnek, bir dönem İngiliz futbol taraftarlarına addedilen “holinganlık” olarak belirginlik kazanmaktadır. Şiddet ve holiganizm, kötü fonksiyonlu taraftarlık biçimi olarak kendini göstermektedir. Bu taraftarlar, işlerinden ve hatta ailelerinden bile vazgeçecek kadar taraftarlık duygusuna sahip olabilmektedirler. Çevrelerine karşı saldırganca bir tutum sergileyebilmektedirler. Bu da diğer taraftarlar için

gelecekteki sportif aktivitelere katılımları konusunda bir tehdit oluşturabilmektedir (Argan ve Katırcı, 2015: 122-123).

Hangi davranışların saldırganlık olarak değerlendirilebileceği konusunda çeşitli bakış açıları bulunmaktadır. Bu sebeple saldırganlık, sporda şiddet gibi kavramların açıklanması gerekliliği oluşmaktadır. Kimilerine göre saldırganlık, insanların yaralanmasıyla veya bir şeylerin kırılıp dökülmesiyle sonuçlanan fiiller olarak görülürken, başkalarına göre rakibi psikolojik olarak incitecek davranışlar ve sözlü sataşmalar olarak değerlendirilmektedir (Arslanoğlu, 2005: 331). Türk Dil Kurumu'nun tanımına göre saldırganlık; kötülük ya da yıpratma amacıyla bir kimseye karşı doğrudan doğruya silahlı ya da silahsız bir eylemde bulunma, bireyin kendi düşünce ve davranışlarını dıştaki direnmelere karşın, zorla karşısındakine benimsetme çabası olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2017). Sporda saldırganlık ise bir sportif organizasyona zarar vermek üzere yapılan davranışlar olarak tanımlanmakta ve bunun yanında ortaya çıkan saldırganlık, fiziksel olmanın yanında kötü tezahürat olarak da sıklıkla ortaya çıkmaktadır (Yücel, Atalay ve Gürkan 2015: 71).

Şiddet ise genel anlamda, duyguların aşırı olması, bir olgunun yoğunluğu, kaba olmasını ve sert davranışın eylemi olarak adlandırılmaktadır (Çağlayan ve Fişekçioğlu, 2003: 130). Spor olgusunun yapısında ve seyirci ortamında şiddet unsurları, belirgin bir biçimde görülebilmektedir. Spordaki söz konusu eğilimler, belirli koşulların oluşması ile açığa çıkmakta ve eyleme dönüşmektedir (Kuru, 2000'den akt. Yücel, Atalay ve Gürkan, 2015). Bu eylemler deşarj yöntemi olarak kimi zaman küfür ve kötü tezahürat şeklinde baş gösterirken, kimi zaman ise saldırganca davranma ve şiddete başvurma şeklinde ortaya çıkabilmektedir (Kuru ve Var, 2009'dan akt. Yücel, Atalay ve Gürkan, 2015).

Yöntem

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden olan betimsel yöntem kullanılmış olup, Demirci'nin kitapları üzerine içerik analizi yapılmıştır. Arşiv incelemesi, doküman analizi gibi faaliyetlerde sıkça başvurulduğu üzere, bu makalede de içerik analizi çalışması yürütülmüştür. İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri, belirli kavramlar ve temalar bağlamında bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde organize ederek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Çalışma kapsamında, karakterlerin taraftarlık biçimlerinden biri olan fanatik davranışları, tek bir tema olarak sabit tutulmuş ve bu temanın, çizgi karakterlerin gündelik yaşamlarıyla olan ilişkisine yansımakta olduğu görülmüştür. Aşırıya kaçan fanatik davranışların, çizerin üç karakteri arasında adeta patrimonial (babadan oğula, usta-çırak ilişkisi doğrultusunda) bir biçimde aktarıldığı görülmektedir. 1980'li yılların çizimleri olan Muhlis Bey ile başlayan fanatik davranışların, Türkiye'deki toplumsal dönüşüm ile de paralel olarak Mithat ve Mirsat karakterlerinde giderek artan ölçüde holiganizme kaydığı görülmektedir. Dolayısıyla, aşırı fanatik davranışların, özellikle Mithat ve Mirsat

karakterlerinde cisimleştiği görülmektedir. Söz konusu temaya yönelik edilen çıkarımlar, ağırlıklı olarak 1980’li yılların sonları ile 1990’lı yılların Türkiye’deki taraftar davranışlarıyla da örtüştüğü için, işlenen temayı açıklamaya yönelik yeterli bir veri doygunluğuna erişilmiştir.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmada, Demirci’nin yıllarca süregelen tam sayfa karikatür çizimlerinde hayat verdiği Muhlis Bey, Mithat ve Mirsat karakterleri, spor fanatizmi açısından değerlendirilmiştir. Latif Demirci’nin çizimlerinde yer verdiği bu karakterlerin spor ile iç içe olan yaşamları, dönemin taraftarlık anlayışına farklı bir bakış açısı kazandırabilmesi açısından incelemeye değer bulunmuştur. Karikatür sanatı, doğal olarak abartı unsurunu bünyesinde barındırmakla birlikte, birtakım yaşamsal gerçekleri de aynı şekilde bünyesinde barındırmaktadır. Sanatçı bakış açısının vermiş olduğu gözlem/yorumlama yeteneği, “her şakada bir gerçeklik payı vardır” anlayışı ile birleştiğinde ortaya hem bireysel hem de toplumsal açıdan tahlil edilebilir veriler ortaya çıkarabilmektedir.

Üç yazarlı olan bu çalışmada, her bir yazarın birbirinden bağımsız olarak yapmış olduğu incelemelerin neticesinde üç yazarın da; aşırı spor düşkünlüğünün, futbol branşı üzerine yoğunlaştığı hususunda ortak bir kanaate ulaştığı belirlenmiştir. Üç yazarın da mutabakata vardığı diğer ortak husus ise, bazı çizimlerde betimlenen fanatiklik davranışının, aşırıya kaçarak holiganizme dönüştüğü yönünde olmuştur. Çalışmanın bulguları, spor fanatizminin, bireylerin gündelik yaşamlarındaki etkilerine, ele alınan dönemin en çok okunan karikatür çizimleri aracılığıyla tahlil edilmesine olanak sağlamıştır. Ayrıca, sporu hem yazılı hem de görsel materyal üzerinden ele almak ve mizahi yönden değerlendirmek, bu alanda sergilenmiş bulunan farklı bakış açılarını belirleyerek değerlendirme hususunda anlamlı katkılar sağlayabilmektedir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma, Demirci’nin karikatür kitaplarının tamamı üzerinde yürütülmüş olup, özellikle Muhlis Bey, Mithat ve Mirsat karakterlerin taraftarlık anlayışları ve davranışlarının, spor fanatizmi açısından değerlendirilmesi özelinde gerçekleştirilmiştir. Demirci’nin bu üç karakter üzerine yaptığı çizimler, aradan geçen yıllar ile doğru orantılı olarak onların davranışlarına ve görünümüne de (fiziksel görünüm olarak yaşlarının giderek artmasına) yansımıştır. Aralarında usta-çırak ilişkisi bulunan, birbirlerinin devamı niteliğindeki Muhlis Bey, Mithat ve Mirsat dışındaki Demirci’ye ait diğer ana karakterler ile çizimlerde ilişki içinde buldukları yan karakterler inceleme kapsamı dışında tutulmuştur.

Bu çalışmada, Demirci’nin karikatür kitaplarındaki karakterlerin, içinde buldukları bağlamın tamamının (çizimlerdeki unsurların bütünsel olarak) okuyucuya aktarılabilmesi mümkün olamamıştır. Bu çalışma, aktarmaya dayalı olduğu için, benzer türdeki diğer çalışmalardakine benzer birtakım sınırlılıkları beraberinde getirmektedir. Zira görsel bir unsur

olan karikatürün, yazıya dayalı bir anlatım yoluyla aktarılarak ve açıklanmaya çalışılması, görsel sanatların doğasında var olan üstün yönlerin, belirli oranlarda kaybedilmesi sorununu beraberinde getirmektedir (Keskin, 2016: 5539).

Bulgular ve Tartışma

Spor fanatizmi literatürünün geneli ve yukarıdaki literatür özeti doğrultusunda, Demirci'nin karikatür kitaplarındaki Muhlis Bey, Mithat ve Mirsat karakterlerinin taraftarlık anlayışları ve davranışları, spor fanatizmi açısından değerlendirilmiştir. Aşağıdaki anlatımlarda, Demirci'nin kitaplarında konu edilen husus olarak sporda fanatik davranışlara yer verilen karikatür kareleri betimlenmiş ve söz konusu karikatür karelerinin içeriğinde yer alan diyalog ve yazılar, bir kısmı görselleriyle birlikte olmak üzere, açıklanarak aktarılmıştır.

Muhlis Bey Karakterine Ait Çizimlerdeki Taraftarlık Unsurları

Fanatizm kaynaklı olarak ortaya çıkan sporda şiddet konusunu öne çıkaran bir çizimde Muhlis Bey karakteri, sahada futbol oynamaktadır. Bu esnada futbol sahasının dışından, kendisine doğru bir şişe atılmakta ve bu şişe şiddetli bir şekilde Muhlis Bey karakterinin başına isabet etmektedir. Söz konusu olumsuz durumlar, sporda şiddet kapsamı içinde yer almaktadır. Buna karşın, başına şişe isabet etmesi sonrasında Muhlis Bey'in yaşanan olumsuzluğu "boşalan şişeleri maçlarda futbolculara atabilirsiniz" şeklinde yorumlaması, tasvip edilmeyen bu tür bir şiddet içerikli davranışların, futbol camiasının paydaşları arasında kanıksanmakta olan bir durum olduğunu ironik bir şekilde ortaya koymaktadır.



Resim 1. Pek, B ve Demirci, L. (2007). Muhlis Bey ve Yavlum Mithat, S. 34.

Muhlis Bey karakterinin fanatik birey davranışı sergilemiş olduğu bir karikatür karesinde, dönemin başbakanı Turgut Özal ve Semra Özal şeref tribününde futbol müsabakası izlemektedir. Bu ikilinin yanında müsabakayı izleyen Muhlis Bey karakteri, futbol fanatiklerinin kullanmış olduğu küfür içerikli sözler sarf etmektedir. Turgut ve Semra Özal çifti, bu nahoş durumu büyük bir şaşkınlık ve biraz da kızgınlıkla karşılamaktadırlar (Pek ve Demirci, 2007: 3). Bu yönüyle ele alındığında, Muhlis Bey karakterinin, 'kötü fonksiyonlu (sert) taraftar (dysfunctional fan)' davranışları sergilediği açıkça görülmektedir.

Fanatik birey davranışının bir başka yönünü işleyen başka bir karikatürün birinci karesinde, Muhlis Bey elinde bayraklarla büyük bir coşkuyla maç izlemeye gitmektedir. İkinci karede, desteklediği takım maçta yenilmektedir. Üçüncü karede ise Muhlis Bey “Bu yoksul halk şu futbol denen şeyden ne zevk alıyor anlamıyorum” (Pek ve Demirci, 2007: 28) demektedir ve psikolojide “karşıt tavır geliştirme” olarak kavramlaştırılan bir davranış örneğini sergilemektedir. Genel anlamda Muhlis Bey karakteri naif (saf ve acemi) davranışlarıyla dikkat çekmekte, bu davranışları karikatür sanatının doğal sınırları içinde bazen aşırıya kaçabilmektedir. Muhlis Bey çizimlerindeki fanatik davranışlar, bazen kişisel öncelik ve gelişen durumlar karşısında değişkenlik gösterebilmektedir. Dolayısıyla, bu ve benzeri çizimlerin, Muhlis Bey’in sadık olmayan taraftar (temporary fan) davranışı sergilediği üzerinden değil, onun naif karakterinden kaynaklanan geçici kafa karışıklıkları üzerinden değerlendirilmesi gerekmektedir. Zira Muhlis Bey’in yıllar süren çizimlerinin geneli göz önünde bulundurulduğunda, belirli bir takımı ‘fanatik düzeyde’ desteklemekte olduğu görülmektedir.

Muhlis Bey karakteri, “FB Kalecisi Yaşar’a Öğütler” başlıklı dört kareli karikatürde, desteklemiş olduğu takımın, söz konusu dönemdeki kalecisine mizahi bazı öğütlerde bulunmaktadır (Pek ve Demirci, 2007: 87). Muhlis Bey, benzer içerikli bir başka sayfada 9 ayrı karikatür karesinde desteklediği takımın, geride bırakmış olduğu sezonunu değerlendirmekte, öğütlerde bulunmakta ve gelecek sezona yönelik umut dolu beklentilerini ifade etmektedir (Pek ve Demirci, 2007: 87).

Muhlis Bey karakterinin, takım taraftarlığına yönelik yukarıdaki anlatımlar, takım destekleme anlamında yanlış bir tavır sergilemekte olduğunu açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Muhlis Bey karakteri, üç kareden oluşan karikatürde, herhangi bir takımın taraftarlığını kastetmeksizin, fanatik davranmanın ve sadece futbol (genel anlamda spor) eksenli bir yaşam tarzının yanlış olduğunu ifade etmektedir. Bu üç karenin birincisinde Muhlis Bey, çırağı Mirsat’a “Oğlum sen maçtan başka bir şey bilmez misin?” demektedir. Azar işitmekten mahcup olan Mirsat, ustası Muhlis Bey’in bu sözünü teyit etmektedir. İkinci karede ise “Biraz kitap oku, kültürünü çoğalt” diyen Muhlis Bey’e “Yerden göğe kadar haklısın ustacığım” diyerek Muhlis Bey’in sözlerini tekrar teyit etmektedir. Karikatürlerin ilk iki karesi, yakın çizim şeklinde yapıldığı için hangi ortamda konuşmakta oldukları anlaşılabilen Muhlis Bey ve Mithat’ın, aslında stadyumda maç izlemekte oldukları, daha geniş bir çizim olan üçüncü karede ancak anlaşılabilir. Söz konusu üçüncü karede Muhlis Bey, “Neyse maçın ikinci yarısı başlıyor. Bitince konuşucam seninle” diyerek konuşmaya ara vermektedir. Mithat ise “Doğru söze ne denir?” diyerek ironi yapmaktadır (Pek ve Demirci, 2007: 154).

Tam sayfa olarak karikatür dergisinde yer verilen Muhlis Bey çizimlerinin sol üst köşesinde “Başyazı” adlı bölüme yer verilmekte ve bu bölümde, güncel ya da genel konulardaki Muhlis Bey karakterinin yazılı anlatımları bulunmaktadır. Bu yazıların içerik analizi yapıldığında, desteklemiş olduğu futbol takımını, fanatik olmasından dolayı yanlış olarak değerlendirdiği görülmektedir (Pek ve Demirci, 2007: 3; 6; 11; 51; 84; 156; 170; 190;

194; 204; 214). Dolayısıyla Muhlis Bey karakteri hem görsel çizimlerinde hem de yazılı anlatımlarında 'futbol fanatizmi' davranışlarının izlerini taşımakta olduğu görülmektedir.

Mithat ve Mirsat Karakterlerine Ait Çizimlerindeki Taraftarlık Unsurları

Muhlis Bey'in yanında çırak olarak yetişen Mithat, yıllar içinde ustasının yerini almış ve Mirsat karakterini kendine çırak olarak almıştır. Üçüncü kuşak olan Mirsat, ustalarının yolundan gitmekte ve futbol fanatizmi konusunda onlar ile aynı çizgide yer almaktadır.

Mithat karakterinin fanatizmini ortaya koyan bir çizimde, hoşlandığı kadın olan Nükhet karakterine, Fenerbahçeli bir futbolcudan maç sonunda aldığı formayı hediye etmek istemektedir. Futbol müsabakasında sporcu tarafından giyilerek terletilmiş olan forma etrafa istenmeyen kokular yaymaktadır. Fanatizm konusunda aşırıya giden bireylerin, bu tür olumsuzlukları görebilmek konusunda ne denli anlayışsız olabildiklerini, mizahın doğasında yer alan abartı unsuruyla birlikte ortaya koymaktadır. Nükhet karakterinin, olay karşısındaki memnuniyetsiz tavrı ve vücut dili karşısında bile fanatik bir karakter olan Mirsat'ın ne denli kör olabildiği hususu bu karede karikatürize edilmektedir.



Resim 2. Demirci, L. (1991), Mithat & Mirsat, s. 51.

Bir başka çizimde, Mithat'ın "Şampiyoon Feener" şeklinde tezahürat yaparken, yanına telaşla gelen çırağı Mirsat görülmektedir. Arka planda kutlama yapan bir Beşiktaş taraftarı olmasına rağmen, Fenerbahçe bayrağını dalgalandıran Mithat'ın bu hareketine, Mirsat anlam verememektedir. Mithat ise bu durumu şu şekilde açıklamaktadır: Şampiyonluk kutlamalarına birkaç hafta erken başlayan Beşiktaş taraftarlarına karşılık olarak Mithat, gelecek sezon, Fenerbahçe'nin şampiyon olacağını ileri sürerek bir yıl sonrasının kendine göre müstakbel şampiyonluğu için kutlama yaptığını ifade etmektedir. Bu karede, rakip takımın başarısını kabullenememe durumunun, farklı bir tepkiyle (yok sayma, görmezden gelme, karşıt tepki geliştirme) ortaya konulması hususu karikatürize edilmektedir.



Resim 3. Demirci, L. (1991), Mithat & Mirsat, s. 82.

Demirci'nin *Mithat & Mirsat* adlı kitabında yer alan diğer fanatizm unsurları olarak dikkat çekenler aşağıda aktarılmıştır:

Fanatik taraftarlık (Gündelik yaşantıyı taraftarlık davranışlarıyla özdeşleştirme): Karikatür karelerinden birinde Mithat, Nükhet karakteri tarafından reddedemeyeceği nazik bir teklif almaktadır. Nükhet karakterine karşı zaafı olan Mithat, teklif edilen gün ve saatte, desteklemiş olduğu takımın Avrupa maçı olduğu için ikilemde kalmaktadır. Bu ikilemden kurtulabilmek için FIFA'yı telefon ile arayarak futbol müsabakasının ertelenmesine çaba sarf etmektedir. Bu haliyle Mithat'ın, gündelik yaşam ile futbolun kesiştiği durumlarda ağırlığın futbol tarafına kayması için elinden gelen her şeyi yapmaya çalıştığı görülmektedir (Demirci, 1991: 44).

Mithat karakterini ikilemde bırakan bir başka karede ise, başka bir futbol takımını destekleyen Nükhet karakteri, takımının güncel başarılarından ve lider oluşundan bahsetmektedir. Nükhet ile hiçbir konuda çelişmek istemeyen Mithat, Nükhet'in takımını destekler görünmeye çalışmaktadır. Nükhet'in takımını destekleme davranışı, içten gelmeyen ve kerhen bir davranış olduğu için Mithat soğuk terler dökmekte ve zor anlar yaşadığı, beden diline de yansımaktadır (Demirci, 1991: 30).

Kötü fonksiyonlu taraftarlık (Taraftarlık baskısı kurma): Bir başka karede ise Mithat, Mirsat'ın okulda almış olduğu formal eğitimi yetersiz bulmaktadır. Mithat, ilköğretim müfredatında, desteklemiş olduğu takım hakkında bilgiler verilmiyor olması gibi anlamsız bir gerekçeyle Mirsat'ı azarlayarak hem gündelik yaşamı fazlasıyla futbol ile özdeşleştirerek akılcı davranıştan uzaklaşmakta hem de Mirsat'ı 'taraftarlık baskısı' altına almaya çalışmaktadır (Demirci, 1991: 8).

Mithat, çalıştırdığı personeli (çırağı) olan Mirsat üzerinde taraftarlık baskısı kurmaktadır. Stüdyoda boy fotoğrafı için poz vermekte olan Mithat ve Mirsat'a fotoğrafçı

“Siyah-Beyaz mı çekelim beyler?” demektir. Bu soru karşısında bozulan Mirsat kızgın bir ifadeyle “Hayır Efendim... Sarı-lacivert olsun...” sözleriyle karşılık vermektedir (Demirci, 1991: 27). Çizimlerden birinde Mithat karakteri, takımını sadece futbol branşında değil, basketbol branşında da fanatik bir taraftar olarak desteklemekte olduğunu ifade etmekte, bu davranışını da Mirsat’a dikte ettirme çabasına girişmektedir (Demirci, 1991: 80).

Mithat, çalışanı konumundaki Mirsat’a sair zamanda haftalık ücret ödemesini geciktirebilmekte, ücret ödemelerinde gönülsüzce davranabilmektedir. Buna rağmen Mirsat, ustasının taraftarlık zafiyetinden yararlanmak için maça gideceğini söylemekte ve haftalık ücretini fazlasıyla almaktadır (Demirci, 1991: 22). Bir çizimde Mirsat, ustası Mithat’ın yanına kolunda bir kartal ile gelmektedir. “Ustaa bak! Konuşan kartal aldım.. Çok acayip ya..” demektir. Mithat, “Hadi ... kartal konuşur mu hiç!” demekte ve alaycı bir tavır takınmaktadır. Bir sonraki karede siyah renkli kartal, sembolü olarak kabul edilen futbol takımının lehine tezahürat yapmaya başlamaktadır. Mithat ise bu durumu şaşkınlıkla ve kızgınlıkla karşılamaktadır. Bu çizimde, Mithat, bir kuş tarafından bile yapılırsa, rakip takım lehine tezahürata karşı tahammülsüzlük sergilenmekte ve hakaretimiz tepkiler ortaya koymaktadır (Demirci, 1991: 37).

Doğuştan Fenerli Mithat Adlı Kitapta Yer Alan Çizimlerindeki Taraftarlık Unsurları

Demirci’nin bu kitabı, adından da anlaşıldığı üzere, tümüyle *fanatizm* unsurlarını içeren bir kitap olma niteliği taşımaktadır. Bu yönüyle düşünüldüğünde, kitabın, fanatizm içeren karikatürlerinin, yukarıdaki iki alt başlıkta yapıldığı gibi her bir karikatür karesi özelinde ele alınarak değerlendirmeye tabi tutulması olası görünmemektedir. Kitabın, bütünüyle fanatizm unsurlarını içeriyor olmasından dolayı, kitaptaki karikatürlerin başlıca temalarının aktarılması daha makul bir yaklaşım olarak ön plana çıkmaktadır.

İçeriğinde ağırlıklı olarak futbol fanatizminin işlendiği *Doğuştan Fenerli Mithat* kitabında, zaten kendisi bir aşırılık olan fanatizmde de aşırıya gidildiği çok sayıdaki karikatüre yer verilmiştir. Mithat’ın sanat anlayışının, bir spor kulübü yöneticisinin heykelini yaptırarak evin salonuna koyması (Demirci, 1999; 93), hastanede ligin devre arasında müsabakaları izleyemediği için yatıyor olması ve uykusunda tribün tezahüratlarını sayıklıyor olması gibi aşırılıklar, ironik çizim ve anlatımlarla eleştirilmektedir (Demirci, 1999: 27).



Resim 4. Demirci, L. (1999), Doğuştan Fenerli Mithat, s. 27.

Mithat'ın fanatik davranışlar sergilediği bir karede, yaşadığı evin girişinde yüksek sesle tuttuğu takımın marşını söylediği görülmektedir. Mithat, sadece marş söylemekle yetinmeyip bu seramoniye çırağı Mirsat ve onun annesi Nükhet'i de ortak etmektedir. Etrafındaki diğer bireyleri, kerhen de olsa benzer davranışlara yönelten bu yaklaşım, Mithat'ın fanatizmle ilişkilendirilebilecek davranışının bir başka yönünü vurgulamaktadır. Çevredeki insanların memnuniyetsiz tavırları ve çırak Mirsat karakterinin noktalı baloncuk içinde sessizce ve adeta homurdanarak söylemiş olduğu sözler, Mithat'ın, çevresine rahatsızlık veren davranışlar içeren holiganik davranış sergilemekte olduğunu orataya koymaktadır.



Resim 5. Demirci, L. (1999), Doğuştan Fenerli Mithat, s. 15.

Bir başka çizimde Mithat'ın holiganizmle örtüşen bir davranışı karikatürize edilmiştir. Stadyum girişinde çırağı Mirsat ile yürüyen Mithat, bir döner ustası kıyafetiyle maça girmeye çalışmakta ve giysisinin içinde uzunca bir döner bıçağı bulunmaktadır. Çırağı Mirsat'ın korktuğu ve kendisinin “Korkma oğlum bir şey olmaz. Mesleki alet derim geçerim. Ne yani yemezler mi?” şeklindeki sözleri, bu makalenin teorik bölümlerinde açıklandığı üzere, Mithat'ın kimi zaman kötü fonksiyonlu taraftar (ya da başka bir deyişle holigan) tipine özgü davranışlar sergilemekte olduğunu açığa çıkarmaktadır.



Resim 6. Demirci, L. (1999), Doğuştan Fenerli Mithat, s. 83.

Mithat'ın taraftar kimliğinde şiddet içerikli davranışların bulunduğunu gösteren bir başka çizimde ise çirak Mirsat, ustasına çay getirirken ayağı takılıp yere düşmektedir. Vücudunun çeşitli yerlerinden kanamalar başlayan Mirsat'ın acısı her halinden anlaşılmaktadır. Mithat ise kanın sarı lacivert akması gerektiğini, kırmızı akan kan ile kendisinin yıllardır kandırıldığı çıkarımını yapmaktadır. Holiganizmin ironik biçimde ele alındığı bu karede, sporda şiddetin kimi zaman mantık çerçevesi dışındaki sebeplerden bile beslenebildiği ve küçük bir kıvılcım ile büyüyebildiğine işaret edilmektedir.



Resim 7. Demirci, L. (1999), Doğuştan Fenerli Mithat, s. 34.

Mithat'ın sevinç gösterileri de sıradan bir taraftarlık davranışlarının çok ötesine geçmektedir. İzlediği bir maç sırasında tuttuğu takımın gol atmasının ardından, sevinç ile silahını çıkarıp susturucu taktıktan sonra ateş etmeye başlaması, karede yer alan diğer karakter olan Nühket tarafından ironik biçimde ifade edilmekte ve Mithat'ın, silahına susturucu takarak ateş ediyor olması, onun “çevreci” bir taraftar olduğu şeklinde yorumlanmaktadır.

Kötü fonksiyonlu taraftarların şiddet meyilli olmaları, bu tür durumlarda, benzer türden aşırılıkların sergilemelerine kaynaklık etmektedir.



Resim 8. Demirci, L. (1999), Doğuştan Fenerli Mithat, s. 42.

Tablo 1’de; özellikle Mithat karakterinin, kitabın hemen hemen her sayfasında, sergilemiş olduğu farklı taraftarlık modelli davranışlar, belirli temalar etrafında sıralanmıştır.

Tablo 1. Doğuştan Fenerli Mithat Kitabında Bulunan Karikatürlerdeki Taraftarlık Davranışlarının Dağılımı

Taraftarlık Davranış Biçimi	Kitaptaki Sayfa Numarası
Geçici taraftar davranışı	-
Yerel taraftar davranışı	-
Sadık taraftar davranışı	Kitabın geneli
Fanatik taraftar davranışı	9; 15; 19; 21; 23; 27; 29; 33; 37; 39; 45; 47; 49; 53; 93; 117; 131
Kötü fonksiyonlu (sert) taraftar davranışı	34; 75; 83; 99; 119; 121

Tablo 1’de de görüldüğü üzere, Mithat ve Mirsat çizgi karakterlerinin taraftar davranışları içinde, “geçici taraftar” veya yerel taraftar” tanımı içinde yer alabilecek türden davranışlara kitapta yer verilmemektedir. Özünde, belirli bir takımın sadık taraftarı olarak belirginleşen Mithat karakterinin, sıklıkla fanatik hatta kötü fonksiyonlu taraftar çizgisine kaymakta olduğu görülmektedir.

Sonuç

Bu çalışmada incelemeye konu edilen kitaplar, Demirci’nin Muhlis Bey, Mithat ve Mirsat karakterleri çerçevesinde ele alınmıştır. Söz konusu karakterlerin, sporun vazgeçilmez unsurlarından biri olan taraftarlık bağlamındaki değerlendirmeleri yapılmıştır. Yaşlıdan genç olana doğru sıralandığında üç ayrı kuşağı temsil eden bu karakterlerin davranışlarında artan bir şiddet meyili olduğu göze çarpmaktadır. Günümüz spor dünyasında artan rekabet, taraftarlık rolünde de bir takım çekişmelere sahne olmaktadır. Taraftarlarca düzenlenen tribün şovları, marşlar, hazırlanan koreografiler, takımlarını yalnızca müsabaka esnasında değil; yurt dışından gelişi, mukavele imzalaması, tesislerdeki gündelik yaşantılarında, antrenman

sürecinde, kamp çalışmalarında, sosyal mecralarda kısacası tüm yaşamsal alanlarda iç içe olma gayretleri ile belirginleşen rekabet, spor dünyasının olağan bir dinamizmi haline gelmiştir.

Kitle iletişim araçlarındaki gelişim, görsel ve yazılı basının tahrik edici yayınlarını çok daha hızlı biçimde yayılmasına sebep olmakta, bazı kulüp görevlilerinin tahrik edici üslupları, spor haber ve bültenlerinin reyting kaygısı ile sporun kötü yüzünü aktarma gayretler, şiddet ve saldırganlığa zemin hazırlamaktadır. Söz konusu gergin ortamın sonucu olarak, kontrolün dışına çıkan ve sporda şiddet unsurları içeren aşırı fanatizm ve holiganizmle ilişkili olaylar ortaya çıkabilmektedir. Karikatürist Demirci'nin sporla iç içe yaşayan karakterlerinin, gündelik yaşamları içindeki taraftarlık davranışlarının da günümüze gelindikçe evrilen, giderek artan bir fiziksel ve psikolojik çatışmalar doğrultusunda süregeldiği görülmektedir. Özellikle 1980'li yıllardan itibaren sporda şiddetin İngiltere özelinden çıkararak, tüm dünyaya yayılması, Türk sporunda da bu tür fanatik davranışların holiganizme varan etkilerinin görülmesini şaşırtıcı kılmamaktadır.

Bu makalenin literatür kısmında da açıklandığı üzere, genel kabul gören taraftarlık modelleri arasında bulunan, 'fanatik' ve 'kötü fonksiyonlu taraftar' tipleri, Demirci'nin çizgi karakterlerinin sözleri ve davranışlarıyla örtüşen bir davranış biçimlerini açığa çıkarmaktadır. Bu makale kapsamında incelenen kitapların yayımlandığı tarihler de göz önüne alındığında; Türk futbolunda giderek artan taraftar çatışmalarının, bölünerek ayrışmaların, sporun barış, dostluk ve saygı bileşenlerinden uzaklaşmanın, karikatür karakterlerinin davranışlarına da yansımakta olduğu görülmektedir.

Spor dünyasının karar mercileri, sporda şiddetin önüne geçebilmek adına çeşitli önlemler almakta ve rekabetin, yalnızca müsabaka sınırları çerçevesinde yaşanabilmesi doğrultusunda yoğun çaba sarfetmektedirler. İdeal bir izleyici kitlesinin, sporu bir eğlence aracı olarak görmesi gerekmektedir. Bunun ötesine geçen her türlü davranış, bir aşırıya gidişi ifade etmektedir. Zira son dönemlerde, özellikle uluslararası organizasyonlarının adil oyun (fair-play), rakibe saygı (respect) gibi vurguları, sporda şiddetin istenmeyen bir sonuç olarak değerlendirildiğini gözler önüne sermektedir. Taraftarların şiddete yönelmelerine etki eden unsurların araştırıldığı çalışmalar (Yücel, Atalay ve Gürkan, 2015; Hacısöftaoğlu, Akcan ve Bulgu, 2012; Koçer, 2012; Çağlayan ve Fişekçioğlu, 2003; Türksoy, 2003), sorunların tespiti açısından ve temiz bir spor ortamı oluşturma bakımından anlamlı katkılar sağlamaktadırlar. Spora gerek aktif (oyuncu, hakem vb.) gerekse de pasif olarak (seyirci, kulüp yöneticileri, basın vb.) katılan paydaşların sağduyulu tutumları ve barış içerikli söylemlerde bulunmaları, olumsuz taraftar davranışlarının önüne geçebilmenin temel unsuru olarak ön plana çıkmaktadır. Kötü şöhretin en tanınan siması olan İngiltere futbolundaki holiganizm, devlet destekli çabalar ve herhangi bir kişi veya kurum ayrımı gözetmeksizin uygulanan yaptırımlar neticesinde giderek azalma kaydetmiştir. Bunun sonucunda ise holigan davranışlar, yerini neredeyse bir sanat gösterisini takip edilen seyir davranışına bırakmıştır. Günümüz İngiltere futbolu, kalitesinin yanı sıra, tribünlerinin düzeni ve seyircilerin kazanını da kaybedeni de alkışlayabildiği saygı seramonileriyle gündeme gelmektedir. Öte yandan, holiganizmin tümüyle ortadan kalkmadığı bazı ülkelerde, şiddetin verdiği zararlar, spor kulüplerini de bir

dizi önlemler almaya yönlendirmektedir. Spor pazarlanması bağlamında, seyircisiz statların bile konuşulmaya başlandığı olumsuz çevrelerde ise taraftar kaynaklı şiddet olaylarının, gelecekte futbolun sadece televizyon ekranlarından takip edilen bir faaliyete dönüşmesi olasılığını gündeme getirmektedir.

Bu çalışmada, mizahın görsel unsurlarından olan karikatürler aracılığıyla, Demirci'nin kitaplarındaki sporsever karakterlerin (Muhlis Bey, Mithat ve Mirsat) taraftarlık eğilimleri ele alınmıştır. Mizah yoluyla eleştiri yapmak, yüzyılı aşkın bir zamandır başvurulmakta olan bir anlatım biçimidir. Bu sayede, spor alandaki eksik ve yanlışların dile getirilmesi mümkün olabilmektedir. Konunun bilimsel zemine taşınarak tartışılması ise, bu çalışmanın kendine özgü katkı sağlama anlayışını ortaya koymaktadır. Ayrıca popüler kültürün dayatması olan televizyon yerine, sessiz çığlıkların zemini olan karikatürler yoluyla sorunlara kulak verilmesi Bu alanda yapılacak olan ve çeşitli bakış açılarına sahip yeni çalışmaların, literatüre katkı sağlayabileceğini, bir öngörü olarak ileri sürebilmek mümkün gözükmektedir.

Kaynakça

- Alsac, Ü.** (1994). Türkiye'de Karikatür, Çizgi Roman ve Çizgi Film, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Argan, M.** ve Katırcı, H. (2015). Spor Pazarlaması (3. Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Arslanoğlu, K.** (2005). Futbolun Psikiyatrisi. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Cialdini, R.B.,** Borden, R.J., Thorne, A., Walker, M.R., Freeman, S. ve Sloan, L.R. (1976). Basking in reflected glory: Three (football) field studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 366-375.
- Çağlayan, H. S.** ve Fişekçioğlu, İ. B. (2003). Futbol seyircisini şiddete yönelten faktörler. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 127-142.
- Çakmak, M. N.** ve Çelik, V. O. (2016). Futbolda şiddet ve erkeklik: nefer taraftar grubu örneği. *Sosyoloji Konferansları*, 54(2), 299-331.
- Demirci, L.** (1999). Doğuştan Fenerli Mithat (2. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayıncılık.
- Demirci, L.** (1991). Mithat & Mirsat (1. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınevi.
- Demirci, L.** (1987). Yes Problem. İstanbul: Dönemli Yayıncılık.
- Hacısoftaoglu, İ.,** Akcan, F. ve Bulgu, N. (2012). Hayali cemaatler olarak taraftar toplulukları: Ankaragücü taraftar grupları örneği. *Spor Bilimleri Dergisi*, 23 (4), 159-176.
- Hunt, K. A.,** Bristol, T. and Bashaw, R. E. (1999). A conceptual approach to classifying sports fans. *Journal of Services Marketing*, 13 (6), 439-452.
- Karikatürcüler Derneği, (1971). Başlangıcından Bugüne Türk Karikatürü, İstanbul: Cem Yayınevi.**

- Keskin, U.** (2016). Necdet Şen'in Eserlerinde Bireyi ve Toplumu Baskı Altına Alan Yönetimsel Uygulamalara Yönelik Eleştiriler. *Journal of Human Sciences*, 13 (3), 5537-5550.
- Keskin, U., Çalışkan, K. ve Aydoğdu, V.** (2017). Spor konulu karikatür kitapları üzerine bir inceleme. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 13-30.
- Kınalızade Ali Efendi** (2005). *Yüce Ahlak*, İstanbul: Çilek Yayınları.
- Koçer, M.** (2012). Futbol derneklerine üye olan taraftarların şiddet ve holiganizm eğilimlerinin belirlenmesi: Kayseri örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, 111-135.
- Kuru, E.** (2000). *Sporda Psikoloji*. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Basımevi.
- Kuru, E. ve Var, L.** (2009). Futbol seyircilerinin spor alanındaki saldırganlık davranışları hakkında betimsel bir çalışma (Kırşehir ili örneği). *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(2), 141-153.
- Memiş, Ş. ve Yarış İ.** (2010). **İstanbul'un 100 Karikatüristi, İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. Yayınları.**
- Özer, A.** (2007). *Karikatür Yazıları*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1733.
- Pek, B. ve Demirci, L.** (2007). *Muhlis Bey ve Yavlum Mithat (1. Baskı)*. İstanbul: Lemay Yayıncılık.
- Soley, Ş.** (1972). *Dünyadan Seçme Spor Karikatürleri*. İstanbul: Sulhi Garan Matbaası.
- Türk Dil Kurumu Sözlüğü.** Erişim tarihi: 27 Temmuz 2017, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.597a18b05f8a88.37916427
- Türksoy, A.** (2003). Üç büyük kulüp futbol taraftarının sosyal kimlikleri ve şiddete bakış açıları. *Spor Bilimleri Dergisi*, 11 (3), 94-99.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H.** (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Wakefield, K. L. and Wann, D. L.** (2006). An examination of dysfunctional sport fans: Method of classification and relationships with the problem behaviors. *Journal of Leisure Research*, 38 (2), 168-186.
- Yücel, A. S., Atalay, A. ve Gürkan, A.** (2015). Sporda şiddet ve saldırganlığı etkileyen unsurlar. *Uluslararası Hakemli Psikiyatri ve Psikoloji Araştırmaları Dergisi*, 2 (2) 68-90.

Futbol Yönetiminde Organizasyon Tasarımı ve Süreç Yönetimi

Serdar Samur

Gelişim Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu, Spor Yöneticiliği

Özet

Her geçen gün futbol oyununun standartları yükselmekte ve bu oranda beklentiler de artmaktadır. Futbol pastasından yeterince pay alabilmek ise sportif başarıya ve bunun sürekliliğine bağlı bulunmaktadır çünkü sportif başarı ve onun getirisi ile başlayan ve bunu ekonomik başarıya dönüştürme çabası içine giren bir organizasyon hizmet yaşam eğrisinde sürekliliği sağlamanın en önemli kriterini yerine getirmiş olacaktır. Bu çalışmanın amacı; futbolun yönetsel ve teknik dinamiklerini belli bir forma aktararak o form içinde geliştirme ve idame sürecinin yürütülmesini sağlamaktır. Araştırma nitel desende oluşturulmuş ve yürütülmüştür. Bu araştırmada veriler açık erişime sahip UEFA liglerinde her sezon ilk 10 içinde gördüğümüz Avrupa Futbol kulüplerinin Web siteleri ile Türkiye Süper lig kulüplerinde görüşme (mülakat) tekniği ile toplanmış ve içerik analizi kullanılarak çözümlenmiştir. Bu araştırma ile Futbol yönetimi, *Rakip Tk. İstihbaratı, Takım Yönetimi, Gençlik Geliştirme, Futbolcu Transferi, Lojistik Destek, Halk ile ilişkiler ve Kurumsal İletişim, Ekonomi-Finans, Spor Hukuku* olarak sekiz (8) fonksiyonel alana ayrılmış ve bu yapının en iyi sistem ve süreç yaklaşımı ile yönetilebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Yaratılan Futbol Yönetimi sistemi, futbolu kavrayan bütün birimleri ile yatay sistemde işleyen bir yapıya dönüşmüş olarak, oluşturduğu bilgi havuzu ile doğru kararlar alabilir, geleceği tahmin edebilir, yatay ve dikey iletişim imkanlarını kullanarak, standart hale getirebilen mal ve hizmet ile kurum içi sorunları ve süreç yönetimindeki sorunları çözebilecek yapıya ulaşabilir.

Anahtar Kelimeler : Fonksiyon, Sistem, Süreç, Performans, Sportif Başarı

Organization Design in Football Management Process

Abstract

The standards of football are increasing every day and the expectations are also increasing. Being able to get enough share from the football pie depends on sporting success and its continuity because an organization that starts with sporting success and makes an effort to turn it into economic success would fulfill the most important criteria of providing continuity in the service life cycle. The purpose of this study is to transfer the managerial and technical dynamics of football to a certain form and to ensure that the process of development and execution is carried out in that form. This research was examined in accordance with qualitative research method. It was also primarily utilized the descriptive analysis method. In this research, the data were collected by interview technique. With this research, Football management divided into eight (8) functional area as *Competitive Team Intelligence, Team Management, Youth Development, Footballer Transfer, Logistics Support, Public Relations and Corporate Communication, Economy-Finance, Sports Law* and it was concluded that this structure should be managed with system and process approach. The created soccer management system has transformed into a structure functioning in the horizontal system with all the units that comprehend football and this system can make the right decisions with the created information pool, can predict the future, can use the horizontal and vertical communication facilities to standardize the goods and services and achieve the structure that can solve problems.

Keywords: Function, System, Process, Performance, Sportive Success

Giriş

Futbol'un en üst yönetimi birimi olan UEFA, kulüplerin; profesyonel takımlarının yönetim standardını devamlı geliştirmesi, ekonomik ve mali imkanlarını artıracak organizasyon seviyelerine ulaşması, futbol muhasebesine daha fazla disiplin ve rasyonellik getirmesi, futbolun yarattığı gelirler yoluyla etkili bir yönetim ve organizasyon becerisine ulaşmasını istemektedir (www.uefa.com).

UEFA'nın bu talepleri, günümüz işletme prensipleri çerçevesinde, futbolun örgüt yapısı, yönetim tarzları, sportif, mali, hukuki ve sportif alt yapısı ile mevcut spor tesislerinin devamlı rekabetçi bir şekilde düzenlemesine yönelik sistemsel bir bakış açısını, gündeme taşımaktadır.

Çağımızda işletmeler değişime süratle ayak uydurabilmek için, müşteri beklentilerini yakından takip ederek, sonuç odaklı çalışma sisteminden süreç yönetimine geçişi tercih etmeye başlamışlardır. Süreci sürekli kontrol etmek ve iyileştirmek, hatasız sonuçları sürekli kılmak uzun vadeli ve kararlılık gerektirir (Çetin,Akın,Erol,2001).

Örgüt tasarımında, klasik yönetim yaklaşımlarından biri olan Yönetim Süreci Yaklaşımları içinde geçerliliğini koruyan bazı organizasyon ilkeleri temelinde :*İş bölümü ve Uzmanlaşma, Bölümlere Ayırma, Emir Komuta Birliği, Hiyerarşik Yapı, Kontrol Alanı, Yetki ve Sorumluluk Denkliği, Amaç Birliği, Yetki Devri, Formalleşme, Merkezileşme, Kademe Sayısı olarak kullanılmaktadır.* (Robbins ve Judge, 2012, Maasie, 1987, Bransel,1993) Bu ilkelerin bir düzen içinde belirlenen amaçlara doğru yönlendirmesi ise sistem yaklaşımı ile mümkün olmaktadır.

Sistem kavramsal olarak, "birbirlerine bağımlı olan iki veya daha çok parça veya alt sistemlerden oluşan, çalışma özellikleri itibariyle belirli bir sınırı olan ve diğer sistemlerden ayırt edilen veya alt sistemlerden dış çevre ile ilişkisi olan, örgütlenmiş ve bölünmez bir bütün biçiminde tanımlanmaktadır. (İlter ve Gönül,1994)

Örgütlerin değişik iş kollarında, farklı mal veya hizmetler ile faaliyette bulunmaları, çalışma biçimleri ve yapılarındaki farklılıklar gibi nedenlerle bilgi gereksinimleri de farklılaşmakta ve bunun sonucu olarak da örgütlerde farklı niteliklerde bilgi sistemlerinin örgütsel yapıya veya yönetsel düzeye göre, *fonksiyonlarına göre, faaliyetlere yada*

aktivitelere göre, karar desteğine göre, mimari yapıya göre, destek alanları gibi çeşitli şekilde sınıflandırıldığı görülmektedir. (Atak,2013)

İşletmelerin fonksiyonel (dikey) yapılara uygun olarak yönetilmesi, departmanlar arasında iletişim sorunları ile gereksiz rekabete neden olurlar. Süreç yönetiminde ise organizasyonlar sistem yaklaşımı içinde iletişimi daha kolay, yatay bir yapılanmaya doğru yönlendirir. Süreç yönetiminin aşamaları aşağıdadır : (Ewattl,D.M.,2002)

- Süreçlerin belirlenmesi
- Süreçlerin tanımlanması ve mevcut durumun ortaya konması,
- Süreç sahiplerinin belirlenmesi ve ekiplerin oluşturulması,
- Süreçler arası ilişkilerin tanımlanması,
- Kilit süreçlerin belirlenmesi,
- Süreç performans göstergelerinin belirlenmesidir.

Spor kulüplerinin temel amacı, buldukları spor dallarında başarılar elde etmek yanında kazançlarını da arttırmaktır. (Yavaş,2005)

Bir spor kulübünün en önemli faaliyet alanlarından birisi ve en çok kaynak tüketen alanı transferdir. Profesyonel takımın ihtiyaç duyduğu mevkilere, doğru zamanda, doğru özellikte ve uygun fiyatta futbolcunun temin edilmesi ise bağımsız bir birim olarak teşkilatlanmayı gerektirir. (Samur, 2013)

Çağdaş Spor Kulüpleri profesyonel takımlarını en üst performansa ulaşmalarına fırsat vermek maksadıyla, kendi içindeki faaliyet alanlarında aşağıdaki alanlarda profesyonelleşmeye başlamışlardır (Samur,2013).

- Teknik personel tarafından iyi bir *hedef takım analizi* ile hem kendi takım oyuncularını hem de rakipleri bilgisayarlı analiz programları ile incelemekte,
- Takım uyumunu geliştirmek için takım içinde ihtiyaç duyulan mevkilere doğru zamanda futbolcu temini için *scout* ekipleri oluşturulmakta,
- Kulüp ile güçlü bir iletişim kanalı oluşturacak halk ile ilişkiler ve kurumsal iletişim yöntemleri geliştirilmektedir.

Spor kulüplerinin profesyonel hale gelerek kurumsallaşmasıyla, kimin, neyi, ne maksatla, ne zaman, nasıl ve kimlerle yapılacağı konusunda her şey şeffaf hale gelecek, örgütsel performansın devamlılığı için dikey ve yatay ekseninde bilgi akışı kesintisiz devam edecek ve belirlenen vizyon, misyon, amaç ve stratejilerde görüş birliği ile karar noktalarına çabuk ulaşılacaktır. (Samur 2018)

Etkili *takım yönetimi* futbolun en temel bileşenidir. Takım olabilmek ise başarı için vazgeçilmez bir unsurdur. Bir takım, kendi aralarında dağılmış durumdaki uzmanlık becerilerinin sürekli birleştirilmesini gerektiren bir görevi yerine getirmek üzere bir araya gelmesi zorunlu bir insanlar grubudur. (Donellon,1998).

Takım kompozisyonunu iyi oluşturmazsanız, takımın kimyası birbirine uymazsa, bireylerin düşünüş yapılarında ve takım içi rol dağılımında farklılıklara ve dengeye dikkat etmezseniz sinerjik takım çalışması oluşmaz. Takım ruhunun oluşmadığı noktada toplam güç, bireylerin tek tek gücünden daha az olacaktır. Parçaları iyi seçerseniz ve birbirlerini tamamlarlarsa bütün, parçaların toplamından daha büyük olacaktır. (Toktamışoğlu,2001

Günümüzde Takım ya da oyuncu performanslarını değerlendirmek için yapılan analizler, görüntülere ve istatistiklere dayalı olarak yapılmakta, bu iki uygulamanın birlikte kullanılması ile daha anlamlı "Görüntüye dayalı İstatistiksel Analiz" yöntemini ortaya çıkarmaktadır (<http://tr.matchstudy.com>).

Futbolun en üst kademesi olan UEFA'nın futbolda bir düzeni oluşturmak, standartları eşit hale getirebilmek amacıyla, lisans kriterleri arasında Sportif kriterler ile sporcu yetiştirme konusunda alt yapı kriterleri bulunmaktadır (www.uefa.com).

Halk ile ilişkiler futbolun en önemli paydaşı olan taraftar ile ilişkilerde yönetim iklimine katkı sağlayan önemli bir konudur. Halkla ilişkiler genel olarak bir kurumun kamuoyu ile olan ilişkilerini korumaya yönelik iletişim faaliyetleri ile ilişkilidir. (Prindle, 2011) Halkla ilişkiler faaliyetleri çeşitli toplumsal gruplara (geniş veya yerel topluluk) hitaben veya belirli hedeflere (kurumsal imaj oluşturma veya krizin aşılması) yönelik yapılabilir. (Aleshina, 1997)

Günümüzde Halkla ile ilişkiler, özel ya da tüzel kişilerin belirtilmiş kitlelerle dürüst sağlam bağlar kurarak, bunları geliştiren, onları olumlu inanç ve eylemlere yönelten, tepkileri değerlendirerek tutumlara yön veren karşılıklı yarara dayalı yöneticilik sanatı yorumu da bu bağlamda önemli görülmektedir (Peltekoğlu, 2001, Asna, 1998).

Spor kulübünü ayakta tutan en kritik faktör olan sportif başarının ekonomik başarıya evrilmesi ve bunun sürekliliğinin sağlanması sürdürülebilirlik için önemlidir. Sportif başarı ile güçlü bir marka yaratma çabası içinde ekonomik kaynak oluşturmaya çalışılır. Bu da organizasyona ait sportif ürünlerin lisanslama yoluyla pazarlama ve satışı ile mümkün hale gelir. (Berkowitz, 2000)

Taraftarların/müşterilerin özeneceği yıldız futbolcuların formalarının pazarlanması ve maçlara bu formalar ile gidilmesi yeni bir süreci başlatmıştır. Bu gelişmenin farkında olan kulüpler de formalarını sürekli olarak değiştirmekte ve müşterilerini bu ürünlerden almaları için yeni yolları/transferleri kullanmaktadırlar. (Talimciler, 2008)

Mal ve hizmetlerin üretimini gerçekleştirmek veya desteklemek amacıyla satın alınan hizmetler endüstriyel hizmetler olarak tanımlanmıştır. Lojistik, kavram olarak barındırdığı tüm diğer faaliyetleri ile beraber, bu kategorinin altında yer almaktadır. (Marrian,1968)

Yöntem ve Araçlar

Bu çalışmanın amacı; Günümüz örgüt yapılarındaki değişime uygun olarak, futbol kulüplerinde sportif başarıyı temin ve bunun sürekliliğini sağlamak maksadıyla, farklı dinamiklere sahip futbolun hizmet üreten alanının ana süreç unsurlarını belirlemek ve sistem yaklaşımı ile süreç yönetimine uygun hale getirebilmektedir. Bu çalışma ile gündeme getirilen Kulüp fonksiyon alanları öncelikle temel süreçlere ayrıldığı takdirde alt süreçlere doğru daha detaylı bir çalışma yapılması mümkün hale gelebilecektir.

Bu araştırma Futbol yönetimini fonksiyon alanlarına uygun olarak süreç yönetimine uygun hale getirebilmek maksadıyla yapılmış ve bulgular bu amaca uygun olarak değerlendirilmiştir. Bu araştırma UEFA liglerinde son beş yıl içinde Türkiye Süper Ligde yer alan 3 kulüp temsilcisi ile sınırlıdır. Araştırma nitel desende oluşturulmuş ve yürütülmüştür. Nitel araştırmalarda gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemleri kullanılır ve algılar ile olaylar doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmaya çalışılır (Yıldırım ve Şimşek, 2005).

Bu çalışmada veriler Türkiye Süper lig kulüplerinde görüşme (mülakat) tekniği ile toplanmıştır.

Kulüpler ile yapılan görüşmede orta düzey bölüm yöneticileri seçilmiş ve yarı yapılandırılmış sorularla görüşme sağlanmıştır. Soruların her biri farklı verileri elde etmek üzere hazırlanmıştır.

Görüşme tekniği olarak ise Patton'un görüşme yaklaşımlarında olan "görüşme formu yaklaşımı" kullanılmıştır. Açık uçlu ve yarı yapılandırılmış 4 adet soru önceden hazırlanmıştır.

Araştırmacılar tarafından veriler önce bilgisayar ortamında yazılı hale getirilmiş sonra da nitel araştırma tekniklerden içerik analizi kullanılarak çözümlenmiştir. Bölüm yöneticileri her bir soruya verdiği cevaplar benzerlikleri bakımından gruplandırılarak yorumlanmış, Çalışmanın güvenilirliğini arttırmak amacıyla bir uzmanın çözümlenmeleri dikkate alınmış ve ortak noktalar belirlenmiştir.

Bulgular

Görüşmeler sonucunda, sportif örgüt yapılarına yönelik organizasyon tasarımına imkan veren ve süreç yönetimini mümkün kılacak bulgulara ait kod ve temalar aşağıdaki tabloya çıkarılmıştır.

Tablo 1. Kod ve Temalar Tablosu

Sorular	Kodlar	Tema	Katılımcılar
Görüşme formunda Spor Yöneticilerine sorulan sorular şu şekildedir:	Saha içi sergilenen performanstan ziyade futbol yönetim sisteminin muhafazasıyla istikrar sağlama	1. Takım Yönetimi	K1,K2,K3
	Hedef Takım Analizi ve Performans İzleme	2.Hedef Analiz ve Değerlendirmesi	K3,K2
	Vefalı oyunculara sahip mücadeleci ve üretken bir altyapı oluşturma	3. Sporcu yetiştirme ve Alt yapı	K1,K3
-Futbol yönetiminde hangi konular temel alan olarak kabul edilir,neden ?	Transferde tam isabet sağlamak, kötü transferin olmadığı, bir oyuncunun performansının birçok parametreye bağlı olduğu gerçeğini gözden uzak tutmamak, İsmi henüz kimsenin duymadığı potansiyel yıldız transferleri yapma ve bunu çalıştıracak bir sistem kurma	4. Scout & Transfer,	K3,K-1
-Futbolda başarı sağlamak için hangi konular önemlidir ?	Sadık taraftar kitlesi oluşturma	5. Halk ile ilişkiler ve kurumsal iletişim	K1,K2,K-3
- Sporcu yetiştirme neden önemli olmaktadır?	Güçlü Sponsorluklar oluşturmak, Ekonomik kaynakları etkili kullanımı için Bütçe disiplini içinde bütçe denkliliğini sağlamak, Nakit akışını verimli olarak yönetme	6. Finans	K2,K3
-Halk ile ilişkiler ve kurumsal iletişim kulüp için neden önemlidir ?	Kulüp kültürü yaratma ve kurulan değerlerden vaz geçmemek	7. Kurumsal Yönetim	K1,K3
	Mal ve Hizmet üretimi ile teknolojik yenilikleri takip etmek ve tesis yönetimini sağlamak,	8. Lojistik Destek	K1,K2,K3

Tema 1: Katılımcıların Futbol yönetiminde temel alan olarak “**Takım Yönetim**” konusuna ait görüşleri analiz edildiğinde ;

Bütün katılımcılar, her profesyonel kulüp için en hayati konunun, iyi bir takım kadrosu iskeleti oluşturmak ve onun devamlılığını sağlayacak yatırımları yapmak olduğunu vurgulamaktadır.

K1,K2: “İyi bir takım kurulmasının sportif başarıyı getireceği, sportif başarının ise markanın değerlendirilmesine ve taraftar sayısının artmasına dolayısıyla, maç izleyen sayının artması, futbolcuların transfer piyasasında gözde hale gelmesi futbol pazarından daha fazla ekonomik kaynak alabilme imkanına yol açacağını” ifade etmekte, Elde edilen bu ekonomik kaynağın, potansiyel nitelikli futbolcu transferi, teknolojik yatırım ve sportif alt yapının geliştirilmesi için kullanılmasına dikkat edilmesini dile getirmektedir..

Donellon,(1998) da bir takım, kendi aralarında dağılmış durumdaki uzmanlık becerilerinin sürekli birleştirilmesini gerektiren bir görevi yerine getirmek üzere bir araya gelmesi zorunlu bir insanlar grubu olduğunu dile getirmektedir.

Bunun yanında, Toktamışoğlu,(2001)’un yaptığı çalışmada, takım kompozisyonunu iyi oluşturamazsanız, bireylerin düşünüş yapılarında ve takım içi rol dağılımında farklılıklara ve dengeye dikkat etmezseniz sinerji oluşmaz. Takım ruhunun oluşmadığı noktada toplam güç, bireylerin tek tek gücünden daha az olacaktır. Parçaları iyi seçerseniz ve birbirlerini tamamlarlarsa bütün, parçaların toplamından daha büyük olacaktır ifadesi bulunmaktadır. Bu yazarların ifadeleri katılımcıların düşüncelerini doğrular mahiyettedir.

Tema-2 : **Katılımcıların Futbolda başarı sağlamak için Hedef Takım Analiz ve Değerlendirmesine yönelik görüşleri analiz edildiğinde,**

Katılımcılar, bir futbol kulübündeki analiz uygulamasının, saha içindeki olayların bilgisayar programları yoluyla derlenip toparlanması ve buradan çıkan bilginin teknik direktörün ihtiyaç duyacağı bilgiye dönüşmesi için yorumlanıp değerlendirilmesi yoluyla yapılmakta olduğunu söylemektedir.

K3 : Analiz sürecinin, maç sırasında ortaya çıkan gerçeklerin, veri işlemci tarafından istatistiksel veriye, yardımcı antrenörler tarafından bilgiye, teknik direktör tarafından ise kendisine yararlı olacak şekilde dönüştürülmesi çok zaman almasından dolayı tam doğrulukla yapılabilmesi kulüp imkanları ile çok mümkün olmadığı da vurgulanmaktadır.

K2 : ‘‘Avrupa’daki üst düzey kulüplerin hedef takıma yönelik analiz ihtiyacının Spor Üniversiteleri yada bu konuda uzman olan kuruluşlardan sağlandığını’’ ifade etmektedir.

Günümüzde, takım ya da oyuncu performanslarını değerlendirmek için yapılan analizler, görüntülere ve istatistiklere dayalı olarak yapıldığı, bu iki uygulamanın birlikte kullanılması ile daha anlamlı "Görüntüye dayalı İstatistiksel Analiz" yöntemini ortaya çıkardığı (<http://tr.matchstudy.com>) sitesinde ayrıntılı olarak incelenmiştir. Bu durum, Hedef takım analizinin önemini teyit eder mahiyettedir.

Tema -3 : Katılımcıların ‘‘Sporcu yetiştirme ve Alt yapı’’ konusuna ait görüşleri analiz edildiğinde ;

K1: ‘‘Nitelikli sporculara ulaşmak ve taraftar kazanmak maksadıyla, okul ziyaretleri ile kulübün tanıtımına imkan sağlandığını ancak daha önemlisi Futbolcu yetiştirilmesi için Futbol Akademilerinin yapılanmasına çalışılmasının daha doğru olduğunu ifade etmektedir.

K3, ‘‘Katılımcılar, Gençlik Geliştirme Programları ile yetiştirilen oyuncuların mutlaka A takımında etkin bir şekilde kullanılmasını, teknik adam ve oyuncu değişikliklerinde istikrara önem verilmesini dile getirmektedir.

Futbolun en üst kademesi olan UEFA’nın lisans kriterleri (www.uefa.com) arasında, Sportif kriterler ile sporcu yetiştirme konusunda alt yapı kriterleri de bulgularda ortaya çıkan fikirleri teyit eder mahiyettedir.

Tema-4 : Katılımcıların ‘‘ Scout ve transfer ’’ konusuna ait görüşleri analiz edildiğinde ;

Katılımcılar ; ‘‘Spor Kulüplerindeki en büyük gelir kaleminin transfer olduğu ve Transferde en önemli kriterin ise, profesyonel takımın ihtiyaç duyduğu mevkilere, doğru kişiyi en ucuz fiyatta temin etmek için bir sistem kurulmasının doğru olduğunu’’ düşünmektedir.’’

Bir spor kulübünün en önemli faaliyet alanlarından birisi, profesyonel takımın ihtiyaç duyduğu mevkilere, doğru zamanda, doğru özellikte ve uygun fiyatta futbolcunun temin edilmesini ifade etmekte ve futbolcu alım sistemini doğru yönetecek bir birimin kurulmasını ‘‘ dile getirmektedir. Bu ifadeler bulguları desteklemektedir. (Satur ,2013)

Tema -5 : Katılımcıların ‘Halk ile İlişkiler ve Kurumsal İletişim’ konusuna ait görüşleri analiz edildiğinde ;

K1,K3 : ‘Son dönemlerde futbolun en önemli aktörü olan taraftarın müşteriye doğru evrilmekte olduğu ve statlarda yıllık gelirinin belirli bir kısmını kulübüne bağlılık temelinde tüketici olarak harcayan gelir düzeyi daha yüksek, orta ve üst gelir grubu seyircilerin aldığı ifade edilmektedir’

K2 : ‘Taraftarların kulüplerine bağımlılığını arttırabilmek için öncelikle sağlıklı iletişim kurabilme, aidiyet hissi yaratma ve yenilikçi düşüncelere açık olma gibi pek çok yöntemin birlikte etkili bir şekilde kullanılmasına çalışılmasının önemini belirtmiştir.

Katılımcılar : ‘Bir kulüp, taraftarın istek ve beklentilerini ne kadar erken tespit eder ve buna uygun uygun, hizmet kalitesini ne kadar yukarıya taşıyabilirse, kendisini takip eden taraftar sayısının da artmasına, dolayısıyla gelirlerinin de yükselmesine neden olabilecekleri düşünülmektedir.

Katılımcılar, ‘ sadık taraftar kitlesine ulaşmak ve onlarla iletişimi geliştirmek maksadıyla, sosyal medya (Web sitesi, Facebook- Instagram-Youtube ve Twitter) hesaplarını aktif olarak kullandıklarını ifade etmektedir. Prindle, (2011) Halkla ilişkiler genel olarak bir kurumun kamuoyu ile olan ilişkilerini korumaya yönelik iletişim faaliyetleri olduğunu belirtmektedir. Aynı şekilde, (Aleshina, 1997). Halkla ilişkiler faaliyetleri çeşitli toplumsal gruplara (geniş veya yerel topluluk) hitaben veya belirli hedeflere (kurumsal imaj oluşturma veya krizin aşılması) yönelik yapılabilir olduğunu ifade etmektedir.

Peltekoğlu, (2001, Asna, (1998). Da, Günümüzde Halkla ile ilişkiler, özel ya da tüzel kişilerin belirtilmiş kitlelerle dürüst sağlam bağlar kurarak, bunları geliştiren, onları olumlu inanç ve eylemlere yönelten, tepkileri değerlendirerek tutumlara yön veren karşılıklı yarara dayalı yöneticilik sanatı yorumu da bu bağlamda önemli görüldüğünü dile getirmektedir. Bu yazarların açıklamaları bulguları doğrulamaktadır.

Tema-6 : Katılımcıların Futbol yönetiminde temel alan olarak ‘Ekonomi-Finans’ konusuna ait görüşleri analiz edildiğinde ;

K2,K3 : ‘Kulübün kendi finansal gücünü yaratacak, güçlü bir ekonomik yapı için, sabit gelir kaynakları ile uzun vadeli sponsorluk anlaşmaları yapmaya çalıştıkları, taraftar mağazacılığına önem verdikleri, üye aidatları için seyirci / taraftarı kayıt altına alınmasına çalışıldığını’ dile getirmektedir.

K2 : , Kulüp için en önemli kaynaklar arasında bulunan taraftar mağazacılığının, taraftarın yaşam markası olma yolunda önemli bir işleve sahip olduğu ve oluşturulan taraftar mağazacılığı konsepti ile aidiyet duygusu, logo ve renklere duyulan aşk birleştirilerek kulüple güçlü bir bağ kurmaya çalıştıkları ifade edilmektedir.

K2 : “Kulüp için çok önemli bir gelir kaynağı olan taraftar mağazacılığının geliştirilmesi ve bunların hızla franchising modeli ile yaygınlaştırılmasının önemli olduğunu” ifade etmektedir.

Berkowitz, (2000) kulüp için çok önemli bir gelir kaynağı olan taraftar mağazacılığın geliştirilmesi ve bunların hızla franchising modeli ile yaygınlaştırılmasının önemine işaret etmekte ve güçlü bir markaya sahip olmanın organizasyonun ürününün lisansı ile mümkün olabilecektir.

Talimciler, (2008) Taraftarların/müşterilerin özeneceği yıldız futbolcuların formalarının pazarlanması ve maçlara bu formalar ile gidilmesi yeni bir süreci başlattığını ve bu gelişmenin farkında olan kulüpler de formalarını sürekli olarak değiştirmekte ve müşterilerini bu ürünlerden almaları için yeni yolları/transferleri kullanmakta olduklarını çalışmalarında dile getirmektedir. Bu açıklamalar yukarıda belirtilen bulguları doğrulamaktadır.

Tema-7 Katılımcıların Futbol yönetiminde temel alan olarak ‘Kurumsal Yönetim’ konusuna ait görüşleri analiz edildiğinde ;

K1 : “UEFA’nın kulüplerin artan ticari önemi karşısında, belli bilgi birikimine sahip, iyi eğitilmiş ve nitelikli profesyonelleri istihdam etmeleri, güvenlik açısından yetkin hizmetlerden yararlanmaları, sportif başarı açısından da tüm takımların nitelikli teknik öğretiler tarafından eğitilmeleri ve tıbbi destek görmeleri yönünde kriterleri ” bulunduğunu ifade etmektedir.

K3, “Kulüp yönetiminde profesyonellerden oluşan denetim ve icra kurulları ile futbolun endüstriyel dönüşüm dinamiklerini yakalayabilecek ölçekte, mali, finans, hukuk, idari, iletişim ve iş geliştirme konularında uzman olan yetkin ve teknik olarak iyi yetişmiş idareci ve spor profesyonelleriyle çalışılmasının kurumsallaşmaya katkı sağlayacağını dile getirmektedir.

Katılımcılar, “Profesyonel spor kulüplerimizin, sürdürülebilir sportif başarıyı sağlamak ve bunun getirisini ekonomik başarıya dönüştürmek maksadıyla, iyi yönetim

uygulamaları olan esnek-şeffaf, adil-katılımcı ve sürekli gelişmeyi sağlayabilen ve bütün birimlerin etkileşim halinde olduğu bir yapıyı inşa etmeleri” gerektiğini vurgulamaktadır.

Katılımcılar, ‘’ Kulüplerde bir alt kademe profesyonellerine yetki devri yapılması, teknik ve takım kadrosunda süreklilik sağlanması ve hesap sorma mekanizmasının bulunmasının kurumsal yapıları inşa etmek için önemli” olduğunu ifade etmektedir. (Samur,2018)

Kurumsallaşan yapılarda, yönetimin profesyonelleşmesi, kimin, neyi, ne maksatla, ne zaman, nasıl ve kimlerle yapılacağı konusunda bir anlaşma var olduğunu, Örgütsel performansın devamlılığı için dikey ve yatay ekseninde bilgi akışı kesintisiz olduğunu, belirlenen vizyon, misyon, amaç ve stratejilerde görüş birliği ile karar noktalarına çabuk ulaşıldığını ifade etmektedir. Bu açıklama bulgularda ifade edilen konularla paralellik göstermektedir.

Tema-8 : Katılımcıların Futbol yönetiminde temel alan olarak ‘‘Lojistik Destek’’ konusuna ait görüşleri analiz edildiğinde ;

Katılımcılar, ‘‘Kulüplerde lojistik olarak teşkilatmış birimlerin; Futbolcu ve idarecilerinin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri istenilen standartta, istenilen zaman ve yerde temin ve tedarik etmek maksadıyla, *Beslenme, Kamp Hizmetleri, Ulaşım, Giyim Kuşam ,Antrenman Malzemesi , Maç Analiz Programları, Spor Tesisleri Yönetimi* : gibi lojistik konular üzerinde çalıştıklarını ifade etmektedir.

Johansson & Olhager, (2004) , Örgütler ve/veya kurumsal müşteriler arasında alınıp satılan hizmetler endüstriyel hizmetler pazarını oluşturduğunu, . Endüstriyel hizmetlerin hedef pazarının ise satın alma, üretim, satış ve diğer ilgili süreçlerini destekleyecek veya geliştirecek hizmetleri örgütleri dışından satın almakta olan müşteriler olduğunu ifade etmektedir.

Marrian,(1968) Mal ve hizmetlerin üretimini gerçekleştirmek veya desteklemek amacıyla satın alınan hizmetler endüstriyel hizmetler olarak tanımlamakta, Lojistiğin kavram olarak barındırdığı tüm diğer faaliyetleri ile beraber, bu kategorinin altında yer aldığını ifade etmektedir.

Yazarların bu ifadeleri kulüpte yürütülen faaliyetlerin büyük bir kısmının lojistik kapsamında değerlendirilmesi gerektiğini teyit etmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Spor Kulüplerinde, istikrarlı bir yönetim modeli oluşturmak maksadıyla, sportif başarının getirisi olan *finansal gücün*, kulüpteki bütün faaliyet alanlarına dengeli dağıtılması, gelişmeyi ve büyümeyi sağlayacak şekilde alt yapı yatırımlarına aktararak ekonomik büyüklüğün yaratılması ve bu büyüklüğün tekrar sportif başarıya katkı sağlayacak şekilde dönüştürülmesi önem arz etmektedir.

Spor kulüplerinde örgüt yapısının oluşturulması bir süreci ifade eder. Bu süreç : faaliyetleri anlamlı ve etkili şekilde gruplamak, bu grupları belirli örgüt kademe ve mevkileri haline getirmek, bu mevkilere çalışanları atamak safhalarını içermektedir. (Koçel,2003)

Günümüzde işletmeler, verimliliklerini artırabilmek için, fonksiyonel iş bölümüne dayalı, uzmanlık gerektiren bölümler (*sistemli bir yapı*) oluşturmakta, kendi içinde bilgi akışının hızlandırarak kararların daha çabuk alınmasına ve dolayısıyla zaman ve kaynak tasarrufuna imkan sağlamak ve hiyerarşik yapılarını devamlı gözden geçirerek risklere karşı tedbir almaktadır (Samur,2018).

Rekabetin yoğun olarak yaşandığı günümüz piyasa ortamlarında örgütlerin varlıklarını sürdürebilmeleri, gerek ulusal gerekse uluslararası piyasada rekabet üstünlüklerini sağlayabilmeleri, geniş ölçüde bilgi toplayıp, yorumlayıp çabuk bir şekilde eyleme geçirebilme yeteneklerine bağlı olmaktadır (Çetinkaya ve Şimsek,2008).

Hızla artan teknolojik değişimler ile ürün ve hizmetlerde yaşanan çeşitliliklerin artması rekabette yeni yönetim uygulamalarından biri olan süreç yönetimini gündeme getirmektedir.

Süreç yönetimi girdilerin işletme çıktılarına dönüştüren etkinliklerin bileşimidir. (Doğan,2013) Sportif organizasyonların da hem ürün hem de hizmet üreten iş süreçleri bulunmaktadır. Bu süreçler sermaye, iş gücü, araç, gereç, hammadde vb. girdi kaynakları aracılığıyla beklenen çıktılar gerçekleştirilen faaliyetlerin düzenli ve sistematik akışını gerektirmektedir.

Araştırmada yer alan spor kulüpleri idarecilerinin görüşlerine göre, spor kulüplerinin örgüt yapıları içinde futbol yönetiminin bir üst sistemin parçası olarak değer üretmesi ideal bir yapılanma anlamına gelmektedir. Bu yapılanma da futbolu kavrayan alanlara yönelik konular incelendiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır :

Spor Kulüpleri için Sportif başarı üretecek ve bunun sürekliliğini sağlayacak takım yaratmak en öncelikli konudur. Bu açıdan spor kulüplerindeki en önemli faaliyet alanı **takım yönetimi** konusudur. Ancak takım yönetiminde bütçe kaleminin en büyük kısmı ise transfere ayrılmaktadır. Bu bütçenin kulüp değerlerine en uygun şekilde kullanılması için, futbolcu alım sürecini doğru yönetecek bir birimin kurulması ve bu birimin objektif verilerle çalışmasını sağlayacak bir sistemin geliştirilmesi için çaba sarf edilmesine ihtiyaç olacaktır.

Takım başarısında en önemli unsurlardan diğeri ise hedef takım analizi faaliyetidir. Objektif verilere dayalı olarak verilen kararlarda doğruluk oranının artacağı açıktır. Veri işlemci tarafından saha içinden toplanan ham bilgi halinde olan verilerin tam zamanında teknik direktörün ihtiyaç duyacağı bilgiye dönüştürülmesi için, futbolun teknik, taktik ve kondisyonel bilgi düzeyinde yetişmiş, matematiksel mantığa yatkın, analitik düşünme yöntemleri ile istatistik konusunda uzmanlaşmış bir spor adam/adamlarından oluşan **hedef takım istihbaratı birimi** gibi bir yapıya ihtiyaç olduğu görülmektedir.

Üst düzey spor kulüplerinin Alt yapıları (sporcu yetiştirme birimleri) niteliksel olarak, çağdaş futbolun gerektirdiği şekilde yapılandırılmaktadır. Çağdaş Futbol Kulüplerince, UEFA 'nın da kriterleri içinde bulunan, mücadeleci ve üretken bir altyapı (tesis, eğitim ve organizasyon) oluşturulması, **gençlik geliştirme faaliyetleri** için ana süreç unsurlarından biri haline gelmektedir.

Spor kulüplerinin en önemli paydaşı olan taraftarın müşteriye doğru evrilmekte olması, taraftarların kulüplerine bağımlılığını arttırabilmek için öncelikle sağlıklı iletişim kurabilme önemli hale gelmiştir. Taraftarın istek ve beklentilerine uygun, hizmet kalitesinin artırılması geri dönüşü ekonomik olabilecek bir faaliyet olacaktır. Bu maksatla, Sosyal medyanın hızlandırıcı etkisi ile spor kulüplerinin hizmet sorumluluğunun genişliği, marka bilinirliği çerçevesinde artmaktadır.

Marka değerinin oluşmasına çok önemli katkı sağlayan **halk ile ilişkiler ve kurumsal iletişim**; kurumun amaç ve hedeflerine ulaşma sürecinde, kurumu oluşturan bölüm ve ögeler arasında eşgüdümü, bilgi akışını, motivasyonu, bütünleşmeyi, değerlendirmeyi, karar almayı sağlayacak bir birim tarafından yönetilmesini gündeme getirmektedir.

Kulübün vizyonu çerçevesinde, kendi ekonomik gücünü yaratacak eylemlerde bulunabilmesi, profesyonel bir bakış açısına sahip olmayı gerektirir.

Güçlü bir ekonomi ve kaynak akışında süreklilik, sportif hedeflere ulaşılmasında en önemli unsur haline gelmektedir. Bu yapının sürdürülebilir olması için, bütçe disiplini içinde

bütçe denklliğini sağlayacak ve nakit akışını verimli olarak yönetecek kurumsal yönü güçlü olabilecek bir **ekonomi/finans** gibi birimin yapısını yönetmesi gerekir.

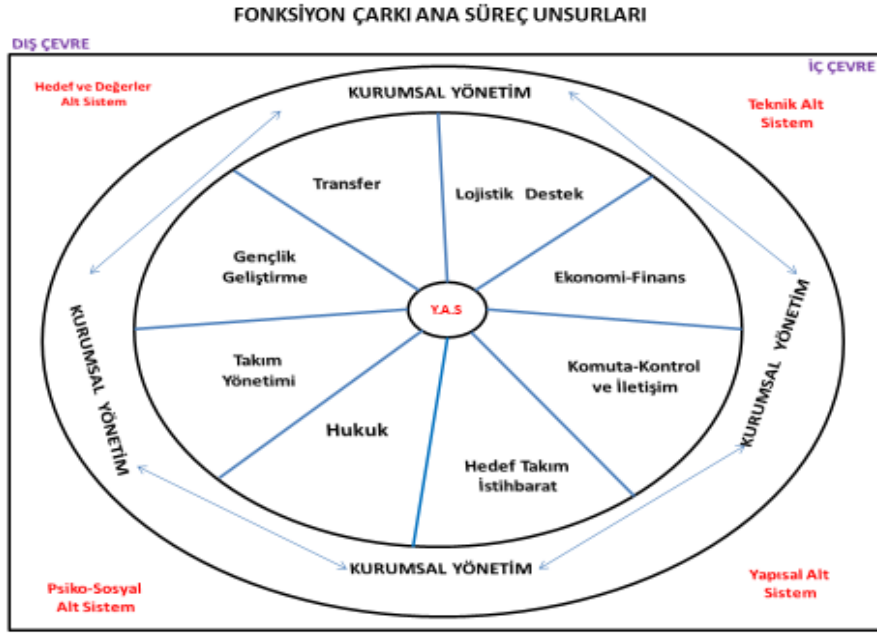
Kulübün fonksiyonel olarak işleyen bir sisteme dönüşmesi için bütün paydaşları olan genel kurul üyeleri, taraftarlar, sporcular, kulüp çalışanları ve tedarikçilerin haklarının tanınması ve profesyonellere görev verilmesi, kişilerden bağımsız bir yapıda kurum kimliğinin öne çıkarılması **kurumsal yönetimin** geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Kulüpteki bütün idari faaliyetlerin lojistik adı altında birleştirilmesi ve bir düzen içinde yürütülmesi için **Lojistik birim** adı altında bir yapının oluşturulması faaliyetlerin düzenli olarak akışına imkan verecektir.

Yukarıda ifade edilen ana tema konuları dikkate alındığında, Futbolu kapsayan söz konusu alanların bir diğerini tamamlayacak şekilde ana süreç unsurları olarak aşağıdaki şekilde sınıflandırılabilir :

- Rakip Takım İstihbaratı,
- Takım Yönetimi (Antrenman ve Performans Yönetimi ile Maç Yönetimi),
- Gençlik Geliştirme,
- Futbolcu izleme (Scout) ve Futbolcu Transferi,
- Lojistik Destek
- Ekonomi
- Halk ile ilişkiler ve kurumsal İletişim,

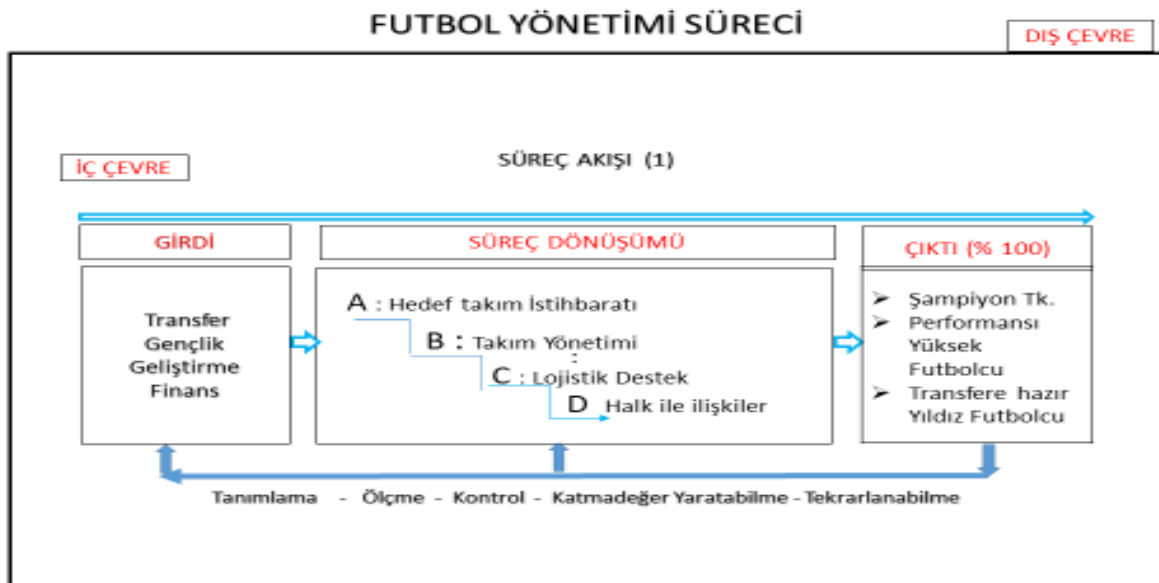
Söz konusu ana süreç unsurları, futbolun temel bileşenlerini bir araya getiren ve bunu canlı bir organizma gibi düşünen bir yapıya benzetmenin bir uygulaması olarak görülmelidir. **Şekil-1'** de gösterilen fonksiyon alanları, birbirleriyle yatay ekseninde iletişim halinde olarak yönetilerek istenen amacı gerçekleştirmeye uygun bir ortam yaratmış olacaktır.



Şekil-1 : Fonksiyon Çarkı ana Süreç Unsurları

Bütün ana süreçler, **şekil-2’de** görüldüğü gibi sistem yaklaşımına uygun olarak düzenlediğinde ise ; girdiyi oluşturan *Transfer-Gençlik Geliştirme- Ekonomi-Finans* konuları, süreç dönüşümü içinde *Hedef Takım İstihbaratı-Takım Yönetimi-Lojistik Destek-Halk ile İlişkiler ve İletişim* ile *Kurumsal Yönetim* konularının katma değer oluşturmaya katkı sağlayarak istenilen çıktıya ulaşılması mümkün olabilecektir.

Söz konusu sürece yönelik akış çizelgesi **şekil-2’** dedir.



Şekil-2 : Futbol Yönetimi Süreci

Sonuç

Spor kulüplerinde sportif başarının sürekliliğini sağlayacak modern yönetim yaklaşımlarından biri olan *süreç yönetimi ile sistem yaklaşımına* uygun bir modelde örgüt yapısı oluşturmanın yürütülen faaliyetlerin sürekliliğine katkısı büyük olacaktır.

Oluşturulan Futbol Yönetimi ana süreçleriyle, futbolu kavrayan bütün birimler yatay sistemde işleyen bir yapıya dönüşmüş olacak, bu yapının oluşturduğu bilgi havuzu ile doğru kararlar alınabilmesine imkan sağlayacak, teknoloji ve dış çevrede meydana gelebilecek değişimlere kendini hazırlayabilecek, yatay ve dikey iletişim imkanlarını kullanarak, standart hale getirebilen mal ve hizmet ile kurum içi sorunları ve süreç yönetimindeki sorunları çözebilecek yapıya ulaşabilecektir.

Kaynakça

- Aleshina, I.**(1997). Public Relations for Managers and Marketers, Gnome Press Publisher, Moscow.
- Atak, M.**(2013). Örgüt yapılarının evrimi ve Bilgi çağı örgütlerinde Organizasyon Tasarımı, Bilgi çağında yönetim, Paradigma Akademi, İzmir
- Basım N. Argan M.**(2009). Spor Yönetimi, Detay Yayıncılık, Yayın No: 314, Ankara.; 1-5
- Berkowitz C, Hartley K, Rudelius A.** (2000). Integrated marketing communications and directmarketing, In Berkowitz, C., Hartley, K. & Rudelius, A. (4th edn) Marketing, Canada McGraw-Hill Ryerson.;481-505. :
- Çetin,C.,Akın, B. ve Erol,V.** (2001).Toplam Kalite Yönetimi ve Güvence sistemleri (ISO9000:2000 Revizyonu), Beta Yayıncılık, İstanbul
- Çetinkaya, A.Ş ve Şimsek, M.Ş.** (2008). Bilişim Teknolojilerinin İşletme Performansına Etkileri, IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi:3-22, 23-27 Nisan 2008, Belek, Antalya, ISBN: 978-975-96260-3-7
- Doğan, Ö.** (2013). Süreç Tasarımı ve Süreçlerle Yönetim, Paradigma Akademi, İzmir
- Donellon, A.**(1998), Takım Dili, Sistem Yayıncılık, İstanbul, s.20
- Efil İ.**(1998). İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon, Alfa Yayıncılık, 5.Baskı, s.3-16, Bursa
- Ewalt, D.M.** (2002). Prescription for Critical Processes, Information week, Issue :886
- İlter, A., Gönül, B.**(1994). İşletme Yönetimi, Beta yayınları, İstanbul

Johansson, P. ve Olhager J. (2004). Industrial Service Profiling: Matching Service Offerings and Processes, *International Journal of Production Economics*, Vol. 89, No. 3, 309-320.

Koçel, T. (2003). İşletme Yöneticiliği, Beta Yayıncılık, 9 ncu baskı, İstanbul,

Marrion, J. (1968). Marketing Characteristics of Industrial Goods and Buyers, A. Wilson (Der.), *The Marketing of Industrial Products*, s.10-23, UK: Hutchinson & Co. Ltd. Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 2013, Cilt: 6, Sayı: 2, s.259-274 261

Onal G. (1995). Temel İşletmecilik Bilgisi, s.142, İstanbul

Prindle, R. (2011). A Public Relations Role in Brand Massaging, *International Journal of Business and Social Science*, 2 (18), 32-36.

Peltekoğlu, B. F. (2001). Halkla İlişkiler Nedir, Beta Yayınları, İstanbul.

Plunkett, W.R., Attner, R.F. (1992). *Introduction to Management PWS-Kent Publishing Company, Thomson/South-Western*

Ramazanoğlu, F. (2014). Sporda Sosyal Alanlar. s 13,21,58, Ankara

Robbins, Stephen P. ve Judge, Timoty A. (1993). *Organizational Behavior*, çeviri editörü : İnci Erdem, 14. Baskıdan Çeviri, 2012, Maasie, 1987, Bransel, 1993

Samur, S. (2013). Kurumsal Futbol Yönetimi, Gazi Kitabevi, Ankara

Samur, S. (2018). Bilgi Çağında Spor Yönetimi, Gazi Kitabevi, Ankara

Stoner, J. (1992). *Management*, Printice-Hall, New Jersey.

Toktamışoğlu, M. (2001). Kot Pantolonlu Yönetici, MediaCat Yayınları, s.195, Ankara,

Talimciler A. (2008). Futbol değil İş, İletişim Dergisi, İletişim kuram ve araştırma dergisi Sayı Kış-Bahar 2008, s.89-114

Yavaş, Ö. (2005). Sporun Ekonomi içindeki yeri ve spor pazarlama, Yüksek Lisan Tezi, Edirne Trakya Üniversitesi,

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayınları

Webster, F.E. Jr. ve Wind Y.P. (1972). *Organizational Buying Behavior*, New Jersey : Prentice Hall

[www.http://tr.matchstudy.com](http://tr.matchstudy.com)

www.fcbarcelona.com

www.uefa.com

www.fcbayern.com

www.london.edu,

www.cmoec.com,

www.telegraph.co.uk,

www.hbr.org

Reklamın Spor Bilimleri Öğrencilerinin Tüketici Tercihlerine Etkisinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi

¹Kemal Alpaslan ²Serap Mungan Ay

¹ Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencisi

² Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Öğretim Üyesi

Özet

Bu çalışmanın amacı; reklamın spor bilimleri alanındaki öğrencilerin tüketici tercihlerine etkisinin farklı değişkenler açısından incelemektir. Spor Bilimleri öğrencilerinin demografik değişkenleri ele alınarak, tüketici tercihleri arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığı değerlendirilmiştir. Çalışmada Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri öğrencilerinin katılım sağladığı bir uygulama yapılmıştır.

Bu çalışmada veri toplama tekniği olarak nitel ve nicel araştırma yöntemlerinden faydalanılarak, tarama ve inceleme modeli kullanılmıştır. Reklam ve reklama ilgili faktörler değerlendirilerek, reklam ve spor arasındaki ilişki tespit edilmiştir. Veri toplama kısmında; Kişisel bilgi formu oluşturularak, öğrencilerin demografik verileri ve reklamların ürün tercihlerindeki etkileri incelenmiştir. Uygulama kısmında veri toplam ölçeği olarak; Orhan(2011) tarafından geliştirilen ve Okumuş (2015)'in "Tüketicilerin Marka Tercihlerine İlişkin Tutumlarının Belirlenmesinde Reklamın Rolü" Yüksek Lisans çalışmasında revize edilen ölçekten faydalanılmıştır. Gönüllülük esasına dayalı olarak, ankete katılan katılımcıların üniversite öğrenimine devam etmeleri, reşit olmaları ön koşuldur.

Ölçütlerin değerlendirilmesi sonucunda; "Medyada reklamı yapılan ürünlerin daha kaliteli olduğunu düşünüyorum" ve "Reklamlar doğru ürünü tercih etmemi sağlıyor" ifadeleriyle katılım sağlayan öğrencilerin, reklamların doğru ürün seçiminde belirleyici etken olduğunu ortaya çıkarmıştır. Sporcular medeni hali değişkeni kapsamında reklamların ürünlerin tercih edilmesinde anlamlı bir farklılığı oluşturduğu, "bekâr" olanların "evli" olanlara göre; ürün tercih etmelerinde reklamları daha çok tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. "18-30" yaş gurubundaki sporcuların "31-40" yaş arasındaki sporculara göre; reklamların ürün tercihinde daha çok etkili olduğunu dile getirmiştir. "Devlet Memuru" olarak görev yapan sporcuların; diğer gruplara oranla reklamların ürün tercihlerinde daha çok etkili olduğuna ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Reklam, Spor, Tüketici Tercihleri.

Examining The Effect Of Advertisement On The Consumer Preferences Of Sports Sciences Students In Terms Of Different Variables

Abstract

The purpose of this study is examining the effect of advertisement on the consumer preferences of sports sciences students. It was evaluated whether there is a significant difference between the consumer preferences of sport sciences students by discussing their demographic variables. An application, where the Marmara University Sports Sciences students participated in, was made in the study.

The screening and examination models were used in the study by benefiting from the qualitative and quantitative research methods as the data collection technique. The relationship between advertisement and sports is determined by evaluating the advertisement and the factors related to advertisement. In the data collection part; a personal information form was created, and the demographic information of students and the effects of advertisement on the product preferences were examined. The Post Graduate Study of Orhan (2011) and Okumuş (2015) named "The Role of Advertisement in the Determination of Consumers' Attitudes With Regard to Brand Preferences" was benefited in the application part as the data collection scale. As it is voluntary basis, attendance of participating students to their university education and being full age were the prerequisites to take part in the study.

As a result of the evaluation of the criterion; the expressions of participating students, as "I believe the products advertised in media are better quality" and "Advertisements enable me to choose the proper product" have

revealed that advertisement is the determining factor for preferring the proper product. It was concluded within the scope of the marital status variable of sportsmen that advertisement creates a significant difference in preference of the products, and the “single” sportsmen are more likely to prefer advertisement in choosing products compared to “married” ones. Sportsmen in the group of “18-30” years old mentioned that advertisement is more effective in their product preferences compared to the sportsmen in the group of “31-40” years old. It was also found out that advertisements are more effective in the product preferences of sportsmen working as “Civil Servant” compared to other groups.

Key Words: Advertisement, Sports, and Consumer Preferences.

Giriş

Reklamlar içinde bulunduğumuz dönemde son derece etkili bir pazarlama aracı olarak ön plana çıkmaktadır. Ürün ve hizmetlerin tanıtılmasında hedef kitleye ulaşmak için önemli bir işleve sahiptir. Reklamlar tüketicilerde farkındalık yaratmak, bilgi vermek ve tüketicilerin tercihlerinde belirleyici olmak gibi amaçlarla kullanılmaktadır (Mucuk, 2009:2). Tüketicileri satın almaya yönlendiren reklamlar toplumun her kesimine yönelik olarak kullanılabilir. Buna bağlı olarak toplumun demografik olarak farklı olan kesimlerine özel olarak hitap eden reklamların geliştirildiği görülmektedir. Bu yöntemin amacı belirli bir kesimin tüketici tercihi üzerine hitap etmek ve tercihler üzerinde etkili olabilmek olarak açıklanabilir. Nitekim reklamlar tüketicilerin satın alma niyetleri ve marka algıları üzerinde yüksek düzeyde etkili olduğu bilinmektedir.

Bu kapsamda reklamların belirli bir kesimin satın alma tercihi üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla bu çalışmada Marmara Üniversitesi 2017-2018 yılı eğitim öğretim dönemi Spor Bilimleri öğrencilerin katılımıyla bir araştırma yapılmıştır. Yapılan araştırmada katılımcıların demografik özelliklerine bağlı olarak reklamların satın alma tercihi üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Reklam ve Reklamın Tüketici Üzerindeki Etkileri

Reklamlar günümüzde etkili bir pazarlama tekniği olarak ön plana çıkmaktadır. Herhangi bir ürün veya hizmetin basın, yayın araçları ile belli bir ücret karşılığında tanıtımının yapılarak, hedef kitleye iletilmesi reklam olarak tanımlanabilir (Gafuroğulları, 2014: 55). Reklamların temel amacı, hedef kitle tarafından reklamda tanıtılan ürünleri en az bir defa alınmasının sağlanmasıdır. Reklamların uzun dönemdeki amaçları marka algısı üzerinde olumlu izler bırakmayı içerirken, kısa dönemdeki amacı ise satın alma davranışı üzerinde etkili olmayı içermektedir (Kocabaş ve Elden, 2001: 23-24).

Fakat yapılmakta olan reklamın yetersiz kalması, beklentilerin karşılanmasına yönelik bir kampanyayı oluşturmadığını göstermektedir. Ürünlerdeki farklılıkların gösterilmesi için

yapılmış olan reklamların müşterilere ulaştırılması hedef pazar ve müşteri bağlılığın oluşturulması bakımından önemli olmaktadır (Özkundakçı, 2010: 65-67). Diğer taraftan reklamlarda yeniliklerden faydalanılması çok farklı hedef kitlelere ulaşılmasına imkan verebilmektedir. Günümüzde reklamcılık, bilinçli müşterilere ulaşmak noktasında bilgisayar, internet, akıllı telefon, sosyal medya gibi modern iletişim araçlarından faydalanarak çok farklı boyutlara ulaşmıştır (Hızal, 2005: 114-115).

Ürün ve hizmet sunumunda planlanan reklam kampanyaları için reklam ortamlarının belirlenmesi gerekir. Reklam ortamının belirlenmesinde seçimlerin doğru bir şekilde yapılmaması halinde hedef kitleye ulaştırılmak istenilen mesaj doğru bir şekilde ulaştırılamamaktadır. Reklam ortamlarının belirlenmesinde reklam vasıtalarının ve hedef kitle özelliklerinin tespit edilmesi gerekmektedir (MEGEP, 2012: 3). Reklam ortamları günümüzde gazete, dergi, afiş, televizyon, broşür ve yeni medya ortamlarından oluşmaktadır (Taşkın ve Şahım, 2007: 708). Televizyon, radyo, gazete, dergi, afiş ve broşür gibi araçlar yıllarca önemli reklam ortamları olarak ön plana çıksa da günümüzde bu durumun değiştiği gözlenmektedir (Teker, 2002: 170; Tek ve Özgül, 2007: 710; Taşkın ve Şahım, 2007: 130-131; Boğana, 2009: 27; Özcan ve Şentürk, 2017: 5). Bu bağlamda günümüzde en önemli reklam ortamlarından biri de yeni medyadır (Atabek, 2001: 35). Teknolojik gelişmeler ışığında ortaya çıkan yeni medya kavramı sayesinde dijital yöntemler ile hedef kitlesi olarak belirlenen gruplara özel reklamlar sosyal medya, internet, eposta vb. araçlarla gönderilebilmektedir (Tosun, 2010: 381; Özkan, 2014: 47). Yeni medya reklamlarında iletişim istenildiği zaman başlayabilir, durdurulabilir ve bitirilebilir (Şahin ve Şahin, 2016: 52). Yeni medya içerisinde; sosyal paylaşım siteleri, bloglar, fotoğraf ve video paylaşım siteleri, wikiler gibi sosyal medya araçları bulunmaktadır.

Reklam ile kamuoyu eğitilmektedir. Serbest bir seçimi sağlayan reklamlar, hayat standardını artırmaktadır. Reklam yalnızca ürün ve hizmetlerin tanıtımını sağlamaz. Reklamlar ile çeşitli yardım kampanyaları, aile planlamaları gibi düzenlemeler yapılabilmektedir (Tolungüç, 2000: 122). Reklam içerikleri bazı durumlarda tüketicilerin ikna olmasına yetmeyebilmektedir. Bu kapsamda, diğer tüketiciler tarafından ürünle ilgili olan bilgi ve deneyimler önemli olmaktadır. Reklam yoluyla aktarılan bilgiler tüketicilerin takip ettiği içerik seviyeleriyle yakından ilgilidir. Bu nedenle, reklam yapım teknikleri içerisinde mizah, çocuk gibi sosyal yaşama yönelik birçok unsur bulunmaktadır (Gencer, 2017: 276-277).

Reklamın en önemli etkilerinden biri markanın tanıtılmasında ortaya çıkmaktadır. Tüketicilerin markayı zihinlerinde daha kolay bir şekilde tutmaktadır. Bu nedenle; ilgili olan

ürün fiyatı fazla da olsa markadan dolayı tüketici ilgili olan ürünü almak ister (MEGEP, 2012: 17). Reklamlar tüketicilerin imaja bağlanmasını sağlayarak, yalnızca istek ve özenti nedeniyle ürün ve hizmet tüketimini yapmalarına neden olmaktadır (Güz, 2000: 142). Tüketiciler almak istediği ürünle ilgili bilgiyi reklamlar yoluyla alabilmekte, ürünün kullanımıyla ilgili bilgiyi edinebilmektedir (Güz, 2000: 143-144). Ancak, etkili iletişimin sağlanabilmesi için reklamların öncelikle hedef kitlenin ihtiyaçlarını karşılamalarına yönelik çözümler sunması iletiyi etkili hale getirmektedir (Şimşek, 2002: 62).

Reklamcılıkta temel fonksiyonların birisi hitap edilen hedef kitlenin bir ürünü satın alması açısından güdülenmesidir. Reklam sürecinin işleyişi kapsamında tüketicilerin iletiyi algılayabilmesi, davranışsal olarak reaksiyon göstermesi, ilgili olması, marka ya da ürün için motive olmaları amaçlanmaktadır (Proctor vd., 2002: 32). Tüketiciler ürünleri satın almadan önce incelemekte, satın alma işleminde de belirli bir tutarlılık göstermektedirler. Bu kapsamda, ürün ve hizmetlerin tüketicilere sunumunda yeni ve faydalı olan duygusal tecrübeler, tüketiciler için öncelik arz etmektedir (Batı, 2010: 786).

Reklamcılıkta bilinçaltı verilen mesajlar ile tüketicilerin algıları üzerinde etkili olmaya çalışılmaktadır (Yücel ve Çubuk, 2013: 175). Bilinçaltı reklamcılıkta, tüketici kitle üzerinde satın alma davranışının değiştirilmesi için reklamlarda hedef kitlenin algılayamayacağı uyarılar gönderilmektedir. Ürünün tanınmış hale getirilerek, hedef kitle üzerinde ihtiyaç duygusunu uyandırmaktadır (Şahin ve Keskin, 2016: 51). Reklamlarda çizilmiş olan imajlar algıları yönetmektedir. Bunların kontrol altında tutulmasında kültürel izlerden yararlanılmakta, hedef kitlenin duygularına yönelik gerçeklik algısı oluşturulmaktadır (Göksu, 2016: 235). Algılama sürecinin üç farklı boyutu bulunmaktadır. Bunlar seçici, algısal ve yorumlama olarak değerlendirilmektedir (İslamoğlu, 2003: 93). Bu süreçler temel olarak işitme ve görme duyularından oluşmaktadır. Algılama duyu organlarıyla birlikte en etkili biçimde gerçekleştirilmektedir (Özer, 2012: 152).

Tüketici Tercihleri ve Tüketici Tercihlerini Etkileyen Faktörler

Tüketici, talebi olan ve bu kapsamda ihtiyaçlarını karşılamaya çalışan bireylerdir. Sınırsız ihtiyaçlara ve kısıtlı bir gelire sahip olan tüketiciler, karşılamak durumunda oldukları ihtiyaçlardan dolayı en yüksek faydayı en az giderle karşılamaya çalışmaktadırlar. Bu nedenle tüketicilerin satın almış oldukları ürünlerin uzun vadede kullanımı, dayanıklılık derecesi, hizmetleri, ödeme kolaylığı, garanti süresi gibi unsurlar önemli hale gelmektedir (Savaş ve Günay, 2016: 50-51).

Tüketici davranışları, bireylerin veya grupların ihtiyaçlarına yanıt bulabilmek için ürün

ve hizmet seçiminin yapılması, satın alınması, kullanım durumlarını içerisinde alan süreçleri kapsamaktadır. Tüketici davranışları bireylerin ihtiyaçlarının karşılanması bakımından, ürün ve hizmet seçimleri, satın alma ve kullanma aşamalarını içeren süreci ifade etmektedir (Durmaz ve diğ., 2011: 116-117). Tüketici davranışlarının karmaşık bir yapıda olması nedeniyle satın alma karar sürecine yönelik farklı modeller geliştirilerek, tüketici davranışlarına etki eden dinamikler ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır (Papatya, 2005: 222). Tüketici davranış modelleri ile tüketici davranışlarına yönelik teori geliştirilmesi ve güncel tüketici davranışlarının anlaşılması amaçlanmaktadır. Bahse konu modeller, tüketicilerin satın alma davranışlarındaki mantıksal yapının ve sistematüğın ortaya konmasına yöneliktir (Demir ve Kozak, 2013: 8). Tüketici davranış modelleri arasında açıklayıcı ve tanımlayıcı davranış modelleri bulunmaktadır.

Geleneksel modeller tüketici davranışlarının açıklanması açısından geliştirilmiş modeller arasında yer almamaktadır. Açıklayıcı davranış modelleri, insan davranışlarının incelenmesini sağlayan, açıklayan modellerdir. (İslamoğlu ve Altunışık, 2010: 25). Tüketici satın alma davranışı ile ilgili olarak iktisadi kapsamda araştırma yapan iktisatçılardan biri Alfred Marshall'dır. Ekonomik modellerin tüketim davranışı ile ilgili olarak belli bir anlayışı mevcuttur. İnsan ihtiyacının ne şekilde oluştuğunu ele almamaktadır. Temel olarak, bazı ihtiyaçların karşılanmasında belli bir gelir seviyesine sahip olan bireylerin, beğenileri ve ürünlerin bedelleri kapsamında ücreti ne şekilde kullanması gerektiğini incelemektedir (Deniz, 2011: 247). Açıklayıcı davranış modellerinden bir diğeri, Pavlovian modelidir. Bu model, reklamlarda bulunan müziğin veya bir markanın özel olarak hazırlanmış olan cıngılın, markaya katmış olduğu anlamdan dolayı klasik şartlanmaya neden olduğunu açıklamaktadır (Elden, 2009: 128-129). Veble'nin toplumsal ruhsal modelinde, birey içerisinde bulunduğu toplumun kültüründen etkilenen sosyal bir varlık olarak tarif edilmektedir. İnsanların ihtiyaçları ve hareketleri genellikle bulunduğu grubun etkisinde kalmaktadır (Deniz, 2011: 247).

Tanımlayıcı tüketici davranış modelinde, modern tüketici davranış modelleri tüketici davranışlarının genel olarak satın alma davranışının üstünde durmaktadırlar. Tüketici davranışını sadece içsel ve dışsal uyarıcılarla reaksiyon olarak değil, süreç olarak satın alma ve tüketim durumunun nasıl oluştuğunu anlamlandırmaya çalışmaktadır (İslamoğlu ve Altunışık, 2013: 30). Tanımlayıcı tüketici davranış modelinden olan Engel-Kollat-Blackweel modelinde; tüketici davranışları karar olarak değerlendirmeye alınmaktadır. Tüketiciler bu model ile bir sorun çözücü şeklinde görülmektedir (Tek ve Özgül, 2005: 191). Bir diğeri

model, Howart-Sheth modelidir. Bu model; kapsamlı bir modeli içermektedir. Modelde kapsam değişkenleriyle yapısal değişkenler bulunmaktadır. Kapsam değişkenleri; satın alma işlemi için bireylerin “ne” düşündüğünü içermektedir. Yapısal değişkenler ise; bireylerin “nasıl” düşündüğünü ortaya çıkarmaktadır (Koç, 2013: 463). Doğal olayları inceleyen modelde; tüketici davranışlarının açıklanması için kuramsal modeller haricinde tüketicilerin satın alma eylemleri bulunmaktadır. Bu modelde; tüketicilerin satın alma sürecinin incelenmesinde tüketici uygulamaları göz önüne alınarak yapılmaktadır (Hisrich, 1993: 75).

Tüketicilerin satın alma karar süreci beş aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar; problemin tanımlanması, bilgi edinme, alternatiflerin değerlendirilmesi, satın alma kararı, satın alma sonrasında duygular ve değerlendirmedir (İlban ve diğ. 2011: 66). Muğlak satın alma davranışının meydana gelmesinde ürünü alan kişi ürünle ilgili bazı fikirler geliştirmektedir. Tüketiciler, ürüne yönelik tutumlar geliştirmekte olup, son olarak marka seçimine karar vermektedir (Kotler, 2003: 177). Satın alma davranışı risk oluşturması ve pahalı olması açısından bilgi edinilmesinde uzun bir süreç gerekmektedir. Markalar arasında farkın az olduğu durumlarda tüketici seri bir şekilde satın alma kararı almaktadır. Bu durum aldığı karardan dolayı rahatsızlık duymasına neden olmaktadır (Özkan, 2007: 41). Markaların birbirilerine göre değişikliğinin olmadığı, markalarla ilgili bilginin toplanmasına gerek duyulmadığı ürünlerde alışılmış satın alma davranışı oluşmaktadır. Burada ürünler arasında yüksek derecede ücret ve kalite farklı bulunmamaktadır (Yükselen, 2006: 110-111). Tüketicilerin satın alma davranışına yönelik olarak daha az düşünmesine karşın markayı değiştirme durumu mevcuttur. Markanın değiştirilmesi ürünün beğenilmediği anlamına gelmez, tüketici burada çeşitlilik arayan satın alma davranışını göstermektedir (Kotler, 2000: 178).

Tüketici satın alma davranışını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler; sosyal, bireysel, teknolojik, siyasi faktörlerdir (Durmaz ve Oruç, 2011: 61-62). Tüketici tercihlerini etkileyen unsurlar, pazarlama faaliyetlerini yönlendirmektedir. Ürün veya hizmetin tüketiciye ulaştırılmasında tüketiciyi etkileyen, satın alma kararında etkili olan unsurların bilinerek, satın alma karar sürecinin iyi bir şekilde incelenmesiyle işletme sürekliliğini ve tüketicilerin doyumunu sağlamaktadır (Bekar ve Gövce, 2015: 946-947). Satın alma kararını etkileyen bir diğer faktör ise demografik faktörlerdir. Demografik faktörler içerisinde yer alan yaş değişkeni tüketici tercihlerini etkilemektedir. Değişik yaş gruplarında bulunan kişilerin tüketim durumları da farklılıklar göstermektedir. Yaş gruplarının kendine özgür bir ihtiyacı bulunmaktadır (Kotler, 2000: 167). Tüketici tercihlerini etkileyen bir diğer

faktör cinsiyettir. Kadın ve erkek tüketiciler; renkler, zevkler ve şekiller kapsamında aynı fikirlere sahip olmamaktadır (Solomon, 2003: 64). Tüketici tercihlerine etki eden bir diğer faktör meslektir. Tüketicilerin yapmış oldukları meslek, belirli ürünlere yönelik ihtiyaç ve isteği beraberinde getirmektedir (Kotler, 2000: 167-168). Satın alma kararını etkileyen faktörlerden gelir durumun en önemli değişkendir. Tüketicilerin gelir durumundaki farklılık harcamayı belirlemektedir (Gültaş ve Yıldırım, 2016: 34). Satın alma kararında eğitim düzeyi fazla olan bireylerin satın alma davranışlarında farklılıklar bulunmaktadır (Aktuğlu ve Temel, 2006: 46). Yaşam tarzı, bireylerin zamanını kullanmak ve kazandığı geliri harcamak konusunda önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda ürün yada hizmet üreticilerinin reklamcılara hedef pazar içerisinde yaşam biçimleriyle ilgili bilgi verdiği görülmektedir (Erciş ve diğ. 2007: 282). Tüketici tercihlerini etkileyen sosyal faktörler geniş kapsamlıdır ve sosyal sınıf, aile, kültürü, rolleri kapsamaktadır. Psikolojik faktörler ise öğrenme, motivasyon, algılama, kişilik ve tutumları kapsamaktadır (Mucuk, 2009: 76).

Spor, insanlar için yarışma, oyun, eğlence, boş zaman değerlendirme gibi kavramları kapsamaktadır. Spor, sağlık, güzellik ve başarıyı simgelemektedir (Mil ve Şanlı, 2015: 232). Bu bağlamda günümüzde sporun pazarlama açısından önemli fırsatlar sunan bir alan olduğu görülmektedir. Bu nedenle, spora olan ilginin artırılmasında reklamların almış olduğu rol çok önemli olmaktadır (Sunay ve Balcı, 2003: 108). Spor pazarlamasında sponsorluk en önemli gelir kaynağı olması açısından sportif faaliyetler için finansman sağlarken, markalar açısından da etkin tanıtım sağlamaktadır (Altunbaş, 2007: 94-95). Farklı spor alanlarında başarılı olan sporcular milli ya da uluslar arası alanda popüler olmalarıyla tüketicilere güven vermekte, bu nedenle sporla ilgili olsun olmasın şirketler tarafından ürün pazarlamasında kullanılmaktadır. Büyük kitleler tarafından ilgi görmekte olan sportif faaliyetler, reklamcılar tarafından ürün pazarlamasında kullanılmaktadır (Yıldız ve diğ., 2007: 8).

Yöntem ve Araçlar

Bu araştırmada iki aşamalı bir yöntem izlenmiştir. Birinci aşamada konuya ilişkin alan yazın taraması yapılmış; alan yazın taraması kapsamında reklam ve reklamın tüketiciler üzerindeki etkileriyle birlikte tüketici tercihleri ve bu tercihleri etkileyen faktörler detaylandırılmıştır. Araştırmanın ikinci aşamasında ise, nicel desenlerden hem tarama, hem de karşılaştırmalı-ilişkisel model kullanılmıştır. Tarama modeli kapsamında veri toplanabilmesi

için alan yazın taraması sonucunda oluşturulan anket formunun uygulanması ile, mevcut durum olduğu gibi tanımlanmaya çalışılmıştır. Karşılaştırmalı-ilişkisel model kapsamında ise demografik özelliklere göre oluşturulan gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı elde edilen verilerin SPSS 24.0 programında analiz edilmesiyle incelenmiştir.

Araştırmanın evrenini, Türkiye'deki üniversitelerde Spor Bilimi alanında öğrenim görmekte olan öğrenciler oluşturmaktadır. Ancak araştırmanın yapılabilmesi için bazı sınırlamalara gidilmiş ve çalışma için İstanbul da yer alan Marmara Üniversitesi seçilmiştir. Araştırmanın örneklemini, Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri öğrencileri oluşturmuştur. Örneklem; basit tesadüfi teknikle seçilmiş olan 350 spor bilimleri öğrencisinden oluşmaktadır. Öğrencilerin bağlı olduğu kurumdan izin alınarak, veri toplama araçları kullanılmıştır. Uygulamayla ilgili olarak her gruba araştırmacı aracılığıyla gerekli bilgilendirmeler yapılmıştır. Uygulamalardan sonra, ölçme araçlarıyla kontrolü yapılarak ve boş bırakılan, eksik veya yanlış cevaplandırılmış olan ölçme araçları araştırma içeriğinden çıkarılmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde öğrencilerin demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik 8 adet sorudan oluşan "Kişisel Bilgi Formu" kullanılmıştır. Anket formunun ikinci bölümünde Orhan (2011) tarafından oluşturulmuş ve Okumuş (2015) tarafından revize edilmiş olan "Tüketicilerin Marka Tercihlerine İlişkin Tutumlarının Belirlenmesinde Reklamın Rolü" isimli veri toplama ölçeği kullanılmıştır. Bahse konu ölçekte tüketicilerin marka tercihlerinin meydana getirilmesinde reklamların etkisini tespit etmeye yönelik 22 ayrı ifade kullanılmış ve ölçeğin değerlendirilmesi 5'li Likert (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum) şeklinde düzenlenmiştir.

Uygulamanın yapılmasında anketin bilimsel olarak bir amaca hizmet etmesi amaçlanmıştır. Katılımcılara isim yazmalarının gerekli olmadığı belirtilerek, anketin samimi olarak doldurabilecekleri vurgulanmıştır.

Uygulanan ölçekle elde edilmiş olan veriler; demografik bileşenler kapsamında reklamın tüketici tercihlerine etkisi SPSS 24.0 programıyla analizi yapılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde öncelikle anketin birinci bölümündeki demografik özelliklere ilişkin sorulara verilen cevaplar doğrultusunda örneklemini oluşturan Spor Bilimi öğrencilerinin genel yapısını tanıtıcı frekans ve yüzde değerleri hesaplanmıştır. Sonrasında ise anketin ikinci bölümünde yer alan ölçeği meydana getiren maddeler güvenilirliği test edildikten sonra tanımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizlerine tabi tutularak, ölçeğin reklamın tüketici tercihlerine yönelik boyutları tespit edilmiştir. Belirlenen bu boyutlarla tüketicilerin

tercihlerine reklamın etkisi analiz edilmesi aşamasında ise; veriler $p= 0,05$ anlamlılık düzeyiyle normal dağılıma (parametrik) sahip olan ikili karşılaştırmalar için bağımsız iki grup t-testi, normal olmayan dağılımlara eş değer olan Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. 3 ve üzerindeki gruplarda normal dağılım açısından Anova, normal dağılımı kapsamayan nonparametrik veriler için Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. Değişkenler arasında ilişkinin tespit edilmesinde normal dağılım için Pearson Çarpım Momentler Korelasyon Analizi yapılmıştır.

Bulgular

Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri öğrencileri üzerinde uygulanan anketin birinci bölümündeki cinsiyet, medeni durum, yaş, çalışılan pozisyon, bursluluk ve branş lisansına sahip olma durumlarına ilişkin elde edilen verilerin sıklık ve yüzde dağılımları Tablo 1 ve Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Cinsiyet, Medeni Durum, Yaş ve Çalıştığı Pozisyon Dağılımları

	Cinsiyet		Medeni Durum		Yaş Dağılımı		Çalıştığı Pozisyon			
	Kadın	Erkek	Evli	Bekar	18-30	31-40	Ücretli Çalışan	Devlet Memuru	Yönetici	Diğer
Sıklık	166	184	29	321	312	38	150	28	2	170
Yüzde	47,4	52,6	8,3	91,7	89,1	10,9	42,9	8,0	,6	48,6

Katılımcıların cinsiyetleri incelendiğinde %52,6’sını erkek(n=184), %47’sini ise kadınların(n=166) oluşturduğu görülmektedir. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde %91,7’si bekâr (n=321) ve %8,3’i (n=29) evli olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde ise %89,1’i 18-30 yaş arası (n=312) ve %10,9’u (n=38) 31-40 yaş arasında olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların çalıştığı pozisyonlar incelendiğinde %42,9’u Ücretli Çalışan (n=150), %8’i Devlet Memuru (n=28), % 0,6’sı yönetici ve %48,6 büyük çoğunluğun ise diğer diğer pozisyonlarda çalıştıkları tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların %41,4’ü (n=145) burs aldıklarını, %58,6’sı (n=205) ise burs almadıklarını belirtmiştir. Araştırmaya katılanların %78’i (n=273) spor lisansına sahip olduklarını, %22’sinin (n=77) ise herhangi bir lisansı olmadığını belirtmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların İkamet Durumu, Bursluluk Durumu ve Branş Lisansı Sahiplik Durumu Dağılımları

	İkamet Durumu					Bursluluk Durumu		Branş Lisansı Sahiplik Durumu	
	Aile	Yurt	Akraba Yanı	Öğrenci Evi	Tek Başına	Evet	Hayır	Evet	Hayır
Sıklık	252	44	7	8	39	145	205	273	77
Yüzde	72,0	12,6	2,0	2,3	11,1	41,4	58,6	78,0	22,0

Araştırmaya katılanların ikamet durumları incelendiğinde %72'si aileleri ile birlikte (n=252), %12,6'sı yurtlarda (n=44), %2'si (n=7) akrabalarının yanında, % 2,3'ü (n=8) öğrenci evlerinde, % 11,1'i (n=39) tek başına ikamet ettiği belirlenmiştir. Ölçeğin Alt Boyutları ile Demografik Bileşenler ilişkisi

Tablo 3. Ölçeğin Alt Faktörleri ve Soru Numaraları

Faktör İsmi	Soru Numarası
Tercih	9,10,11,13,14,15,17,18,19,20,21
Güven	6,7,8,16
Bilgilendirme	1,2,3
İmaj	4,5,12

Anketin ikinci bölümünde yer alan ve “Tüketicilerin Marka Tercihlerine İlişkin Tutumlarının Belirlenmesinde Reklamın Rolü” ölçeğinde yer alan 22 adet soru Faktör analizini öncesinde araştırmanın istatistiksel iç tutarlılığını ve faktör analizine uygunluğunu incelemek için güvenilirlik analizi ve KMO-Barlett testlerine tabi tutulmuştur. Güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha değeri 0,844 olarak bulunmuştur. Bu değer araştırma sorularının oldukça güvenilir bir iç tutarlılığı sahip olduğunu göstermiştir. Ayrıca KMO-Barlett testi sonucunda elde edilen KMO değeri 0,809 ile de ölçeği oluşturan soruların oldukça anlamlı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca Barlett testinin p değeri 0,05 anlamlılık derecesinden az olduğundan (p=0,000) değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli düzeyde bir ilişki olduğu görülmüştür.

Daha sonrasında 22 madde açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Yapılan açıklayıcı faktör analizine göre maddelerin korelasyon yükleri .359 ile .815 (p<,001) arasında olduğu görülmüştür. Açıklayıcı faktör analizinde temel bileşenler analizi kullanılmıştır.

Örnekleme sayısının yeterli büyüklükte olması ve faktör yükleri arasında korelasyon ilişkisi olmamasından dolayı varimax döndürme tekniği kullanılmıştır. Faktör analizi sonucu faktörler ile uyumlu olmayan ve MSA değeri 0,5'in altında olan herhangi bir soru olmadığı görülmüş ve 22 adet sorunun 4 boyut altında toplandığı belirlenmiştir. Dört alt boyutun gösterdiği toplam açıklanan toplam varyans yükü % 45,09 olarak bulunmuştur. Elde edilen alt boyutlara verilen isimler ve soru numaraları Tablo 3'te gösterilmiştir. Uygulanan faktör analizinden sonra belirlenen 4 faktöre de ayrı ayrı güvenilirlik analizi yapılmış ve güvenilirlik değerlerinin yüksek güvenilir olduğu görülmüştür.

Tablo 4. Ölçeğin Alt Faktörlerinin Medeni Durum Dağılımına Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Mann Witney-U Sonuçları

	Medeni Durum	N	Sıra Ort.	Std.Sapma	U	P
Tercih	Evli	29	168,53	,6372	4452,5	,698
	Bekâr	321	176,13			
Güven	Evli	29	133,76	,7695	3444	,020
	Bekâr	321	179,27			
Bilgilendirme	Evli	29	167,93	,6605	4435	,668
	Bekâr	321	176,18			
İmaj	Evli	29	174,88	,5947	4636,5	,972
	Bekâr	321	175,56			

Araştırmanın devamında katılımcıların demografik özelliklerine göre gruplanan Spor Bilimi öğrencilerin reklamın tüketici tercihlerine etkileri arasında anlamlı bir fark olup olmadığı incelemiştir. Bu kapsamda demografik özelliklere göre faktör analizinden elde edilen tercih, güven, bilgilendirme ve imaj alt boyutlarındaki farklılığın incelenebilmesi için öncelikle hangi fark testinin yapılabileceğinin tespit edilmesi için her bir boyutta Kolmogorov-Smirnov normal dağılıma uyumluluk testi yapılmıştır. Testi sonuçları .05'ten büyük çıkan değişken gruplarında dağılımlarının normal dağılıma uyduğu için grup sayısına bağlı olarak Bağımsız Örneklem t-testi veya One-Way Anova testi; test sonucu .05'ten küçük çıkan değişken grupları arasında ise normal dağılıma uymadığı için yine grup sayısına bağlı olarak nonüparametrik alternatifleri olan Mann Whitney-U ve Kruskal Wallis testleri yapılmıştır. Bu kapsamda araştırmada test edilecek temel hipotez aşağıda olduğu gibidir:

H0: Katılımcıların demografik özelliklerine göre ölçeğin alt faktörleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H1: Katılımcıların demografik özelliklerine göre ölçeğin alt faktörleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Müteakip maddelerde katılımcıların demografik gruplarına göre ölçeğin alt boyutlarına ilişkin yapılan fark testlerinde H0 hipotezleri red edilerek anlamlı fark oluşturduğu tespit edilen medeni durum, yaş, çalışılan işteki pozisyon, bursluluk ve lisanslılık durumu demografik gruplarına ilişkin bulgular tablolar halinde gösterilerek yorumlanmıştır. Ancak katılımcıların cinsiyet ve ikamet durumu demografik değişkenlerine ilişkin tüm alt boyutlara ilişkin H0 hipotezleri kabul edilerek gruplar arasında anlamlı bir fark bulunamadığı için araştırma bulgularına eklenmemiştir.

Tablo 5. Tüketici Tercih Faktörünün Yaş Dağılımına Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Mann Witney-U Sonuçları

	Yaş	N	Sıra Ort.	Std.Sapma	U	P
Tercih	18-30	312	180,33	,6372	4420,5	,010
	31-40	38	135,83			
Güven	18-30	312	178,86	,7695	4880,5	,074
	31-40	38	147,93			
Bilgilendirme	18-30	312	173,32	,6605	5249	,240
	31-40	38	193,37			
İmaj	18-30	312	177,50	,312	5302,5	,284
	31-40	38	159,04			

Örnekleme grubunu kapsayan katılımcıların ölçeğin alt boyutları puanlarının yaş değişkenine bağlı olarak anlamlı farklılığın olup olmadığına yönelik non-parametrik dağılım göstermesinden dolayı Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Analize göre; grupların aritmetik ortalamaları arasındaki örneklem grubunu meydana getiren katılımcıların sadece “tercih” alt ölçeğinde (U=4420,5; p<0,05) yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Katılımcıların ortalama puanları incelendiğinde bu farkın, “18-30” yaş arasında olan spor bilimi öğrencilerinin “31-40” yaş arasında olanlara göre reklamlardaki ürünleri tercihlerinde daha çok etkilenmesinden oluştuğu tespit edilmiştir. Bu durum “18-30” yaş arasında olan öğrencilerin “31-40” yaş arasında olanlara nazaran daha fazla reklam etkisine açık olduklarını ve ürün/hizmet tercihlerinde reklamların etkisinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Ölçeğinin diğer alt boyutlarının yaş dağılımına göre değişiklik olmadığı görülmüştür.

Tablo 6. Tüketici Tercih Faktörünün Çalıştığı İşteki Pozisyonuna Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Kruskal-Wallis Sonuçları

	Meslek	N	Sıra Ort.	X ²	P
Tercih	Ücretli Çalışan	150	89,55	4,990	,043
	Devlet Memuru	28	100,75		
	Yönetici	2	18,25		
	Toplam	180			
Güven	Ücretli Çalışan	150	90,75	2,115	,347
	Devlet Memuru	28	92,91		
	Yönetici	2	38,00		
	Toplam	180			
Bilgilendirme	Ücretli Çalışan	150	90,23	1,061	,588
	Devlet Memuru	28	94,38		
	Yönetici	2	56,25		
	Toplam	180			
İmaj	Ücretli Çalışan	150	92,61	1,962	,375
	Devlet Memuru	28	81,66		
	Yönetici	2	56,00		
	Toplam	180			

Örneklem grubunu kapsayan katılımcıların ölçeğin alt boyutları puanlarının çalışmış oldukları işlerdeki çalışma pozisyonları değişkenine bağlı olarak anlamlı farklılığın olup olmadığına yönelik non-parametrik dağılım göstermesinden dolayı Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. Analize göre; grupların aritmetik ortalamaları arasındaki örneklem grubunu meydana getiren katılımcıların yine sadece “tercih” alt ölçeğinde ($X^2=4,990$; $p<0,05$) çalıştıkları işteki pozisyon gruplarına göre anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Katılımcıların ortalama puanları incelendiğinde, bu farkın spor bilimi öğrenimine devam ederken aynı zamanda “Devlet Memuru” olarak çalışanların diğer gruplara oranla ürün/hizmetleri tercihlerinde reklamlardan daha çok etkilendiklerini göstermektedir. Aslında yaş grupları itibarıyla devlet memuru olanların daha çok 31-40 yaş grubunda olmasından dolayı katılımcıların yine tercih alt boyutunda farklılık tespit edilmesinin doğal olduğu değerlendirilmiştir. Ölçeğinin diğer alt boyutlarının çalıştığı işteki duruma göre değişiklik olmadığı görülmüştür.

Tablo 7. Tüketici Tercih Faktörünün Katılımcıların Bursluluk Duruma Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

	Burs	N	\bar{X}	Std. Sapma	t Testi	
					t	P
Tercih	Evet	145	2,4796	,56545	-2,202	,028
	Hayır	205	2,6310	,67777		
Güven	Evet	145	2,6690	,75627	,679	,497
	Hayır	205	2,6122	,77978		
Bilgilendirme	Evet	145	1,8414	,62741	-1,239	,216
	Hayır	205	1,9301	,68201		
İmaj	Evet	145	2,4069	,56438	-2,462	,014
	Hayır	205	2,5646	,60818		

Örneklem grubunu kapsayan katılımcıların ölçeğin alt boyutları puanlarının bursluluk durumuna bağlı olarak anlamlı farklılığın olup olmadığına yönelik bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar incelenmiştir. Ölçeğin alt boyutlarından “Tercih” ($t=-2,202$; $p<0,05$) ve “İmaj” ($t=-2,462$; $p<0,05$) alt boyutlarında gruplar arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür. Analizden elde edilen bulgular incelendiğinde bu farkın hem tercih hem imaj alt boyutlarında; burs almayanların burs alanlara oranla ürünleri tercihlerinde reklamlardan daha çok etkilendikleri görülmüştür. Bu durum burs almayan öğrencilerin ürün/hizmet tercih ederken reklamının olmasına, bilindik marka olmasına burs alanlara nazaran daha çok önem verdiklerini ve reklamlara göre kullandıkları ürünleri değiştirme eğilimlerinin daha fazla olduğunu göstermektedir. Ölçeğin diğer alt boyutlarının bursluluk durumuna göre değişiklik olmadığı görülmüştür.

Tablo 8. Tüketici Tercih Faktörünün Katılımcıların Lisanslılık Durumuna Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Mann-Whitney U Sonuçları

	Lisans Durumu	N	Sıra Ort.	Std.Sapma	U	p
Tercih	Evet	273	169,55	,6372	8886,5	,038
	Hayır	77	196,59			
Güven	Evet	273	174,60	,7695	10266	,754
	Hayır	77	178,68			
Bilgilendirme	Evet	273	171,98	,6605	9550,5	,212
	Hayır	77	187,97			
İmaj	Evet	273	166,71	,5947	8111,5	,002
	Hayır	77	206,66			

Örneklem grubunu kapsayan katılımcıların ölçeğin alt boyutları puanlarının çalışmış oldukları lisanslılık değişkenine bağlı olarak anlamlı farklılığın olup olmadığına yönelik non-parametrik dağılım göstermesinden dolayı Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Analize göre;

grupların aritmetik ortalamaları arasındaki örneklem grubunu meydana getiren katılımcıların “tercih” alt ölçeği ($U=8886,5$; $p<0,05$) ve “imaj” alt boyutunda ($U=8111,5$; $p<0,05$) “lisansa sahip olup olmama durumuna göre anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Katılımcıların ortalama puanları incelendiğinde, bu farkın hem tercih hem imaj alt boyutlarında; lisans sahibi olanların lisans sahibi olmayanlara nazaran ürünleri tercihlerinde reklamlardan daha çok etkilendikleri görülmüştür. Bu durum bursluluk değişkenindeki sonuçlara benzer şekilde, lisans sahibi olan öğrencilerin ürün/hizmet tercih ederken reklamının olmasına, bilindik marka olmasına lisanslı olmayanlara nazaran daha çok önem verdiklerini buna ek olarak da reklamlara göre kullandıkları ürünleri değiştirme eğilimlerinin daha fazla olduğunu göstermektedir. Ölçeğinin diğer alt boyutlarının lisanslılık durumuna göre değişiklik olmadığı görülmüştür.

Fark testlerinden elde edilen bulgulardan sonra araştırmanın devamında faktör analizinden elde edilen alt faktörlerin öncelikle toplam ölçek puanları arasındaki ilişki korelasyon analizi ile test edilmiştir. Korelasyon analizi sonucunda korelasyon katsayısına bakılarak “Tüketicilerin Marka Tercihlerine İlişkin Tutumlarının Belirlenmesinde Reklamın Rolü” ölçeği tek boyutlu ve/veya alt ölçekleri ile çok boyutlu olup olmadığı değerlendirilmiştir. Daha sonrasında ise ölçek toplam puanı bağımlı alt ölçekler bağımsız değişken kabul edilerek alt boyutların ölçek toplamını hangi oranda açıkladıklarının/etkilediklerinin tespit edilmesi maksadıyla basit regresyon analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgulara ilişkin tablolar müteakip maddelerde sunulmuştur.

Tablo 9. Ölçek Alt Faktör Toplam Puanları Arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları

	Tercih	Güven	Bilgilendirme	İmaj
Tercih	1	,525**	,251**	,515**
Güven	,525**	1	,220**	,392**
Bilgilendirme	,251**	,220**	1	,351**
İmaj	,515**	,392**	,351**	1

*.01 düzeyinde anlamlı (çift taraflı)

Tablo 7’de ölçekte toplam puanlarla ölçekteki alt boyutların toplam puanları arasındaki korelasyon sayıları görülmektedir. Korelasyon katsayılarına göre; ölçeğin tek boyutlu ve alt boyutlarıyla çok boyutlu özellikte olduğu belirlenmiştir. Bütün alt boyutların birbirleriyle ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Tablo 10. Regresyon Analizi Katsayılar Tablosu

	Beta	T	p
(Sabit)	723	5,508	,000
Güven	,378	8,243	,000
Bilgilendirme	,044	,983	,326
İmaj	,351	7,341	,000
R ²		,625	

Regresyon analizi sonucunda elde edilen bulgulara bakıldığında ölçekte tercih boyutuyla diğer alt boyutların regresyon ilişkisi tespit edilmiştir. “Güven” ve “İmaj” alt boyutlarının reklamların ürün tercihi arasında ilişkisi olduğu belirlenmiştir. Bu “Güven” ve “İmaj” alt boyutlarından oluşan modelin tercih boyutunu açıklama gücü % 62’dir. Bu açıklama oranının iyi seviyede olduğu ve spor bilimi öğrencilerinin ürün/hizmet tercihlerinde reklam etkisine %38 oranıyla en çok güven ve %35 oranıyla da ikinci sırada ise imaj boyutlarının etkili olduğunu düşündüklerini göstermektedir. Bu durum spor bilimi öğrencilerinin ürün/hizmet tercihlerinde reklamı yapılan ürünleri daha kaliteli bulmaları ve daha fazla güvenmeleri ve bu ürünlerin güvenilir bir firmaya ait olduğunu düşünmeleri sebebiyle tercih ettiklerini göstermektedir. Bununla birlikte “Bilgilendirme” alt boyutunun ürünleri tercih etme arasında bir ilişki olmadığı da görülmüştür. Bu bulgu ise spor bilimi öğrencilerinin tercihlerinde reklamların bilgilendirme yapma boyutunun etkili olmadığını ifade etmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada, spor bilimleri öğrencilerinin tüketim tercihlerinde reklamların etkisi araştırılmıştır. Bu kapsamda; Marmara üniversitesinde spor bilimi dalında öğrenim görmekte olan öğrencilerden basit tesadüfi teknikle seçilen 350 kişiye Orhan (2011) tarafından geliştirilmiş olan “Tüketicilerin Marka Tercihlerine İlişkin Tutumlarının Belirlenmesinde Reklamın Rolü” ölçeğini içeren anket formu uygulanmış ve geçerli kabul edilen anket verilerine göre katılımcıların tüketim tercihlerinde reklamın etkileri arasındaki farklar incelenmiştir. Bu kapsamda çalışmada ilk olarak katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımları gösterilmiş sonrasında ise ölçek soruları faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizi ile elde edilen 4 alt boyut ; “tercih, güven, bilgilendirme ve etki”

olarak isimlendirilmiştir. Faktör analizi sonrasında ise araştırmanın temel hipotezinin test edilebilmesi amacıyla, katılımcıların demografik gruplarına göre her bir alt faktör puanları arasında anlamlı bir fark olup olmadığı analiz edilmiştir.

Yapılan analizlerin genel sonuçlarına göre; demografik grupların arasında anlamlı bir fark olmadığına yönelik olarak geliştirilen 28 adet (7 demografik değişken ve 4 alt faktörde test edilmesiyle oluşan adet) H₀ hipotezinden 7 adedi ret, 21 adedi ise kabul edilmiştir. Bu kapsamda spor bilimi öğrencilerinin demografik özelliklerine ilişkin toplam 7 başlıkta uygulanan fark testi analizleri sonucunda; cinsiyet ve ikamet durumu değişkenine ilişkin ölçeğin hiçbir alt boyutunda fark oluşmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuç ankete katılan spor bilimi öğrencilerinin cinsiyet ve ikamet durumu grupları arasında ürün/hizmet tercihlerindeki reklam etkisinin alt faktörlerinin hiçbirinde fark oluşturmadığı göstermektedir. Diğer gruplara ilişkin sonuçlar incelendiğinde ise: medeni durum değişkenine göre “güven” alt boyutunda fark olduğu ve bu durumun bekâr öğrencilerin evlilere nazaran medyada reklamı yapılan markaların ürünlerine daha fazla güvendiklerini ve bu ürünleri daha kaliteli bulduklarını; yaş değişkeni ve çalıştıkları iş pozisyonu gruplarına göre “tercih” alt boyutunda fark olduğu ve bu durumun “18-30” yaş arasında olan öğrencilerin “31-40” yaş arasında olanlara nazaran daha fazla reklam etkisine açık olduklarını ve ürün/hizmet tercihlerinde reklamların etkisinin daha yüksek olduğunu aynı zamanda yaş grupları itibarıyla “devlet memuru” olanların daha çok 31-40 yaş grubunda olmasından dolayı katılımcıların yine tercih alt boyutunda benzer farklılığın tespit edilmesinin doğal olduğu; bursluluk ve lisans sahibi olma değişkenlerine göre ise hem “tercih” hem de “imaj” alt boyutlarında fark olduğu ve bu durumun lisans sahibi olanların ve burslu olmayanların, lisans sahibi olmayan ve burslu olanlara nazaran ürünleri tercihlerinde reklamlardan daha çok etkilendikleri bu öğrencilerin ürün/hizmet tercih ederken reklamının olmasına, bilindik marka olmasına lisanslı olmayanlara nazaran daha çok önem verdiklerini, buna ek olarak da reklamlara göre kullandıkları ürünleri değiştirme eğilimlerinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan tespitler ışığında mesele incelendiğinde; bekâr, devlet memuru, lisans sahibi ve bursuz olarak spor öğrenimi gören öğrencilerin diğer demografik özelliklerdeki gruplara nazaran tüketim tercihlerinde reklamların daha etkin olduğu söylenebilir. Bu sonuçlar özellikle güven alt boyutu daha etkin olan grupların tercihlerinde daha çok ekonomik bir gerekçe olabileceğini düşündürmektedir.

Genel olarak ise analiz sonuçları değerlendirildiğinde spor bilimi öğrencilerin

ürün/hizmet tercihlerinde reklamların belirleyici etken olduğu tespit edilmiştir, Bu durum araştırma alan yazını kapsamında verilen bilgilerle paralellik arz etmektedir. Araştırmanın literatür bölümünde de belirtildiği üzere reklamlar; tüketici tercihlerinin belirlenmesinde önemli olmasından dolayı tüketim alışkanlıklarının kazanılmasında temel belirleyici durumundadır. Reklamlar ürün tanıtımının yapılmasına ve ürünle ilgili bilgi verilmesine katkı sağlamaktadır. Tüketicilerin ürünle ilgili genel bilgilendirilmesi için yapılmış olan reklamlar; ürünlerin talebine etkide bulunan faktörler arasında yer almaktadır.

Günümüzde tüketim ve unsurları en çok üstünde durulan konulardan biridir. Bu kapsamda; işletmeler üretilen ürün ve hizmetleri satabilmek için daha çok çaba harcamak gerektiğinin bilincine varmışlardır. Bu nedenle; tüketici kitlenin yakından tanınması gerekli olmuştur. Tüketici tercihlerinin reklamların tercihlerle değişimi meydana getirmesinde başarının elde edilebilmesi ve hedef kitleyle olumlu bir algıyı, davranış değişikliğini oluşturabilmesi için hedef kitle iyi bir şekilde analiz edilmelidir. Bu çalışmada da spor bilimi öğrencilerinin reklam tutumları incelenerek sunulmuş olmasının alan yazına katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Çalışmanın sonuçlarının alan yazın ile karşılaştırılması kapsamında şu hususlara dikkat çekilebilir. Birincisi spor bilimi öğrencilerinin reklamdaki ürünleri tercih etmesinde demografik unsurlardan cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılığın bulunmadığı belirlenmiştir. Ancak bu sonucun aksine Okumuş (2015)'un çalışmasında; kadın tüketicilerin erkek tüketicilere oranla reklama dayalı ürünlerin tercih edilmesinde daha çok etken buldukları; Topal (2017) çalışmasında yine aynı şekilde Cinsiyet değişkenlerinin dikkate alınarak yapılan analizde kadınlar reklamların tüketiciyi daha çok ürün almaya teşvik ettiğini düşündükleri tespit edilmiştir.

Meslek gruplarına ilişkin yapılan analizde yine çalışmamızdaki sonuçlarla benzer şekilde Topal (2017) çalışmasında memur kesiminin reklamların daha fazla ürün satın almaya teşvik ettiğini düşündüğünü tespit etmiştir. Demografik bileşenlerden yaşa göre reklamların etkili olup olmadığı karşılaştırıldığında ise Okumuş (2015) tez çalışmasında bu çalışmada elde edilen sonuçlarla benzer şekilde 30 yaşından küçük olan kişiler üzerinde reklamların daha çok etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Burs durumuna değişkenine göre karşılaştırma yapıldığında ise; Okumuş(2015)'in çalışmasında yine reklamların ürün tercihine etkisinin bursluluk durumuna etkisinin anlamlı bir farklılığı kapsadığı sonucuna ulaşıldığı görülmüştür. Ancak bu kapsamda araştırma içerisinde gelir durumunun bulunmaması eksiklik olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu

çalışma ile karşılaştırma yapabilmek için burslu okuma durumu ekonomik olarak gelir durumunun düşük olması ile özdeşleştirilirse yine Topal(2017)'in araştırmasında düşük gelir grubundaki tüketicilerin reklamın firmanın marka ve ürün prestijini artırdığı ve ürün tercihinde reklamların önemli olduğu düşüncesini öne çıkardığı sonucu ile zıtlık göstermektedir çünkü çalışmamızda tam tersine burssuz okuyan yani gelir durumu daha yüksek olanların ürün tercihine daha fazla etki ettiği tespit edilmiştir.

Bu çalışmada; tüketici tercihlerinde reklamın önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tüketiciler arasında firma ya da ürünün imajının bulunması ürünün tercih edilmesini sağlamaktadır. Uygulanmış olan ölçek ile ürün tercihi arasında bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Tüketici tercihlerinin meydana gelmesinde; tercih, bilgilendirme, güven ve imaj gibi unsurlar belirleyici olmaktadır. Bu nedenle; tüketici tercihlerini etkileyen unsurlar uygun faktör bileşimleriyle değerlendirilerek, etki derecelerinin incelenmiştir. Sonuç olarak spor öğrencileri açısından yaş, çalışılan işteki durum, bursluluk, lisanslılık değişkenleri tüketicilerin reklamlardan etkilenerek satın alma tercihlerine önemli derecede rol oynamaktadır. Bu kapsamda; gelecekte yapılacak olan çalışmalarda bu değişkenler ele alınarak değerlendirme yapılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Aktuğlu, I.K.** ve Temel, A. (2006). Tüketiciler Markaları Nasıl Tercih Ediyor (Kamu Sektörü Çalışanlarının Giysi Markalarını Tercihini Etkileyen Faktörlere Yönelik Bir Araştırma). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11(15), 43 – 59
- Altunbaş, H.** (2007). Sporun Pazarlaması Ve Pazarlama İletişiminde Spor, Selçuk İletişim, 5, 1.
- Atabek, Ü.**(2001).İletişim ve Teknoloji. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Batı, U.**(2010). Hedef Kitle Davranışını Etkileyen Bir Unsur Olarak Reklamlarda Müzik Kullanımı Konusundaki Yazının İncelenmesi. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 7:2
- Bekar, A.,** ve Gövce, A. M. (2015). Tüketicilerin Gıda Satın Alma Davranışları İle Yaşam Tarzı İlişkisi. Journal of International SocialResearch, 8(36).
- Boğana, S.,** (2009) Termal Turizm İşletmelerinde Reklamcılık ve Halkla İlişkiler, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Afyon
- Demir, Şirvan Ş.** ve Kozak, Metin ve (2013), Tüketici Davranışları, Detay Yayıncılık, Ankara, 1.Basım.
- Deniz, H. M.** (2011). Markalı Ürün Tercihlerinin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi Sosyal Siyaset Konferansları Conferences Sayı / Issue: 61 – 2011/2, 243–268
- Durmaz, Y.** ve Bahar (Oruç), R. (2011). Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerinde

- Sosyolojik Faktörlerin Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Çalışma, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi Summer-2011 Volume:10 Issue: 37
- Durmaz, Y.**, Bahar Oruç, R., ve Kurtlar, M. (2011). Kişisel faktörlerin tüketici satın alma davranışlarına etkisi üzerine bir araştırma, Akademik Yaklaşımlar Dergisi, Cilt:2 Sayı:1
- Elden, M.** (2009). Reklam ve Reklamcılık. İstanbul: Say Yayınları, 2009.
- Erciş, A.**, Ünal, S., ve Can, P. (2007). Yaşam Tarzlarının Satın Alma Karar Süreci Üzerindeki Rolü. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 21(2).
- Gafuroğulları, D.** (2014). Grafik Tasarımının Reklam Afişlerinde Kullanımı: Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları Örneği, The Turkish Online Journal Of Design, Art And Communication -Tojdac April 2014 Volume 4 Issue 2.
- Gencer, T.,Z.** (2017). Reklamlarda Kullanılan İçeriklerin Tüketici Davranışları Üzerindeki Rolü: Televizyon Reklamlarının İncelenmesi, The Journal of Academic Social Science Studies, Number: 54 , p. 273-285, Spring I 2017
- Göksu, O.** (2016). Reklamı Anlamlandırmak, Der'in Yayınları, 205-236
- Gültaş, P.** ve Yıldırım, Y. (2016). İnternette Alışverişte Tüketici Davranışını Etkileyen Demografik Faktörler, Dicle Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi C:6, S:10, (32-50)
- Güz, H.** (2000). Reklamın İki Yüzünün Psikolojik, Ekonomik Ve Toplumsal Çerçeve Değerlendirilmesi. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 1(2), 135-146.
- Hızal, G. S. G.** (2005). Reklam Endüstrisinin Topografyası: Türkiye Örneği, İletişim Araştırmaları, 3(1-2):114-115.
- Hisrich, R.** (1993). Pazarlama ,(Çeviren:Odabaşı Yavuz) , Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayınları 1 . Fasikül , 1993
- İlban, M. O.**, Akkılıç, M. E., ve Yılmaz, Ö. (2011). Tüketicilerin Beyaz Eşya Satın Alma Karar Sürecinde Marka Algılarına Yönelik Bir Araştırma, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(15).
- İslamoğlu A.,H.** ve Altunışık R. (2013). Tüketici Davranışları, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- İslamoğlu, A. H.** (2003). Tüketici Davranışları, Beta: İstanbul
- İslamoğlu, A. H.,ve R. Altunışık, (2010). Tüketici Davranışları, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2010
- Kocabaş, F.** ve Elden, M. (2001). Reklamcılık Kavramlar, Kararlar, Kurumlar, İletişim Yayınları, İstanbul, , s. 23-24
- Koç, E.** (2013), Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri Global ve Yerel Yaklaşım, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 5.Basım
- Kotler, P.** (2003). Pazarlama Yönetimi (Çeviren: Nejat Muallimoğlu). İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Kotler, P.**(2000) Pazarlama İlkeleri (Çev: N. Muallimoğlu), PrenticeHall:New Jersey
- Kotler, P.**(2000). Pazarlama Yönetimi, (Çev. N. Muallimoğlu), Beta Basım Yayım, 10. Baskı, İstanbul

- MEGEP**, (2014). Aile Ve Tüketici Hizmetleri Tüketici Karar Süreci, Ankara http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/T%C3%BCketici%20Karar%20S%C3%BCreci.pdf Erişim tarihi: 08 Şubat 2018
- MEGEP**, (2012). Halkla İlişkiler Ve Organizasyon Hizmetleri, Reklam Ortamları, Ankara http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Reklam%20Ortamlar%C4%B1.pdf Erişim Tarihi: 31 Ocak 2018
- Mil, H. İ.**, ve Şanlı, S. (2015). Sporda Şiddet Ve Medya Etkisi: Bir Maçın Analizi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(55).
- Mucuk, İ.** (2009), Pazarlama İlkeleri, Geliştirilmiş 17. Basım, Türkmen Kitapevi: İstanbul.
- Okumuş, A.** (2015). Reklam Ve Reklamın Tüketici Tercihlerine Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Orhan, A. T.** (2011). Tüketicilerin Marka Tercihlerine İlişkin Tutumlarının Belirlenmesinde Reklamın Rolü, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özcan, A.** ve Şentürk, G. (2017). Etkili broşür tasarlama ve basımının incelenmesi, *FineArts (NWSAFA)*, D0185, 2017; 12(1): 1-16.
- Özer, M. A.** (2012). Bir Modern Yönetim Tekniği Olarak Algılama Yönetimi Ve İç Güvenlik Hizmetleri. *Karadeniz Araştırmaları*, 33(33), 147-180.
- Özkan, A.** (2014). Reklam Yönetimi, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul
- Özkan, G.**, (2007). Tüketici Davranışında Marka Algılamalarının Etkileri ve Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özkundakçı, M.** (2010). Üçü Bir Arada, 1. Baskı, İstanbul: Hayat Yayınları.
- Papatya, N.** (2005). Tüketici Davranışları İle İlgili Motivasyon Modelleri: Bir Perakende İşletmesinde Temizlik Ve Kişisel Bakım Ürünlerine Bağlı Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1).
- Proctor, S.**, Proctor, T., Papasolomou-Dokakis, I. (2002). A PostModern Perspective On Advertisements and Their Analysis. *Journal of Marketing Communications*, 8, 31-44
- Savaş, B.** ve Günay, G. (2016). Tüketici – Tüketici Etkileşiminin, Tüketicilerin Satın Alma Sonrası Memnuniyet Düzeyleri Üzerine Etkisi, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 2016, 51, (2) : 47 -78
- Solomon, M. R.** (2003). Tüketici Krallığının Fethi, Çev: Selin Çetinkaya, Mediacat Kitapları, İstanbul
- Sunay, H.**, & Balcı, V. (2003). Bazı Türk televizyonlarının yayınladığı reklamlarda spor imajının kullanımı. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1(2), 107-110.
- Şahin, M.**, Şahin, G. (2017). Geleneksel Medyanın Yeni Rakibi: Yeni Medya ve Canlı Yayınlar, Hakemli, Akademik, E-Dergi Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, Sayı: 1 Cilt:2016/Güz
- Şahin, Ş.** ve Keskin, B. (2017). Bilinçaltı Reklam Uygulamalarının Ve Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi, 5. Uluslararası Matbaa Teknolojileri Sempozyumu
- Şimşek G.**, (2002) Kitle İletişim Formu Olarak Reklamcılık, Selçuk Üniversitesi İletişim

Fakültesi Akademik Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 2, Konya

Taşkın, E. ve Şahım, T.Z., (2007). Reklamcılık, Savaş Yayınevi, Ankara

Tek Ö.,B. ve Özgül E., (2005), Modern Pazarlama İlkeleri Uygulamalı Yönetimsel Yaklaşım, Birleşik Matbaacılık, İzmir.

Tek, Ö.B. ve Özgül, E. (2007), Modern Pazarlama İlkeleri, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İzmir.

Teker, U. (2003). Grafik Tasarım ve Reklam, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir

Tolunguç, A.(2000) Pazarlama Reklam İletişim, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Ankara.

Topal, B. Ve Şahin, H. (2017). Reklamların Genç Tüketicilerin Satın Alma Davranışına Etkisinin İncelenmesi, International Congress of Management Economy and Policy, 20-21 Mayıs 2017. Sosyal Bilimler Metinleri, Temmuz ICOMEP Özel Sayısı.

Tosun, N.B.(2010). İletişim Temelli Marka Yönetimi. İstanbul: Beta Yayınları.

Yıldız, Y., Çetinöz, F., Kaplan, Y., ve Türkmen, M. (2007). Tv Reklamlarında Spor İmajının Kullanılması Ve Tüketici Davranışları Üzerine Etkisi. Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri, 2(1).

Yücel, A. ve Çubuk, F. (2013). Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 2013, Cilt: 6, Sayı: 2, s.172-183

Yükselen, C., Pazarlama İlkeler (2006). Yönetim, Detay Yayıncılık, Ankara, 2006.

Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Boyun Eğici Davranışlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi

Elif Bozyiğit¹, Esra Çetin²

¹Pamukkale Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, ebozyigit@gmail.com

²Pamukkale Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, zeynepesracetin@gmail.com

Özet

Araştırmanın amacı spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin boyun eğici davranışlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesidir. Araştırmanın örneklemini spor bilimleri fakültesinde öğrenim gören 52 kadın, 80 erkek toplam 132 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada veriler araştırmacılar tarafından oluşturulan Kişisel Bilgi Formu (KBF) ve Türkçe uyarlaması Şahin ve Şahin (1992) tarafından yapılan Boyun Eğici Davranışlar Ölçeği (BEDÖ) ile toplanmıştır. Ölçek 5'li Likert tipi puanlamaya sahip 16 maddeden oluşmaktadır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 16, en yüksek puan 80'dir. Verilerin analizinde SPSS 15.0 programı kullanılmıştır. Yapılan güvenirlik analizi sonucu Cronbach Alpha değeri .89 olarak bulunmuştur. Verilerden elde edilen bulgulara göre; cinsiyet, sınıf, yaş ve büyüdüğü yer arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Öğrencilerin BEDÖ'den aldıkları puanlar ile eğitim gördükleri bölüm arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p < .05$). Öğrencilerin ölçekten aldıkları ortalama puan 43.51'dir. Sonuç olarak; ölçekten alınan puanlara göre spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin boyun eğici davranışlarının orta düzey olduğu, sadece bölüme göre farklılık gösterdiği saptanmıştır.

Anahtar kelimeler: Boyun eğici, öğrenci, spor

Investigation of Submissive Behavior in Faculty of Sports Sciences Students in Terms of Various Variables

Abstract

The aim of the research is to observe sports science students' submission behaviors in terms of different variables. The sample of the research consists of 52 female and 80 male, totally 132 students of Sports Sciences Faculty. Data of the study are collected via Personal Information Form (PIF) that is created by researchers and Submissive Behaviors Scale (SBS) which is adapted to Turkish by Şahin and Şahin (1992). The scale consists of 16 items which are designed in a 5-point Likert type. The minimum point can be gained is 16 and the maximum is 80. SPSS 15.0 program is used for the analysis of the data. Cronbach Alpha is calculated as .89 as result of reliability analysis. According to findings, a significant difference could not be found among gender, class, age and place of growth. A significant difference is found between the grades students gained from SBS and their departments ($p < .05$). The average point students gained is 43.51. As a result, according to the points gained by the scale, Sport Sciences Faculty students have a medium-level of submissive behaviors, it was only differed in respect to their department of education ($p < .05$).

Key Words: Submissive behavior, student, sport

**Bu çalışma 10-13 Mayıs 2018 tarihleri arasında Bodrum-Türkiye'de düzenlenen Uluslararası Rekreasyon ve Spor Yönetimi Kongresi'nde sözel bildiri olarak sunulmuştur.*

Giriş

Otorite olduğu kabul edilen kişinin, söylemlerine ve emirlerine boyun eğme hususunda Stanley Milgram'ın klasikleşen bir araştırması mevcuttur. Denek laboratuvara geldiğinde, orada başka birisi ile tanışırılır. Bu şahıs araştırma yapan kişinin işbirlikçisidir, ama denek bu durumdan haberdar değildir. Araştırma yapan kişi deneğe “sizin göreviniz bu kişiye bir dizi kelimeyi ezberlettirmektir” diyerek talimat verir. Denek, görevinin bir parçası olarak ezber yapan kişiye elektrik şoku vererek hata yapmasını engelleyecektir. Verilecek şokun 30 düzeyi bulunmaktadır ve şiddeti 150-450 volt arasında değişmektedir. Bu düzeylerin üzerinde “hafif şok”, “orta derecede şok” ve “tehlike, çok şiddetli şok” gibi uyarılar bulunmaktadır. Yapılan her bir hatanın ardından, denekten şoku artırması istenmektedir. Deneyin her aşamasında araştırmacı, deneğin yanındadır ve sürekli talimatlar vermektedir. Deneğe şokun derecesini her hatanın ardından arttırmasını söylendiğinde, denek tereddütte kalıp araştırmaya devam etmek istemediğini dile getirir fakat araştırma yapan kişi, devam etmesi gerektiğini, bunun çok gerekli ve önemli olduğunu, oluşabilecek her türlü olumsuzluktan kendinin sorumlu olduğunu söyler. Bu şartlar altında deneklerin %65'i, 450 voltluk şok dahil tüm şok düzeylerini uygulamaktan çekinmemiştir. Gerçekte işbirlikçiye hiçbir elektrik şoku verilmiyorken, işbirliği yapan kişi şokun şiddeti 300'e yaklaştıkça fazlasıyla acı çektiğini, daha fazla dayanamayacağını belli eden tepkiler vererek acı çekiyormuş gibi araştırmanın gereği rolünü oynar (Cüceloğlu, 2006).

Psikolojide boyun eğme, teknik bir terim olarak Milgram'ın çalışmaları ile popüler hale gelmiştir. Milgram'a göre, boyun eğme, bireysel davranışı güçsel kararlılığa bağlayan psikolojik mekanizmadır, insanları otoriteye bağlayan eğilimsel davranıştır. Gündelik yaşantıda insanlara bakıldığında, birçok insan için boyun eğmek sıradanlaşmış, farkında olmadan gerçekleştirilen bir eylem haline gelmiştir (Harre ve Lamb, 1983: akt. Köktuna, 2007).

Türk Dil Kurumu'na (TDK) göre boyun eğmek, “isteyerek veya istemeyerek uymak, katlanmak” olarak tanımlanmıştır (TDK, 2018). Gilbert vd. (1994) boyun eğici davranışı: “başkalarını kırmamak için özenli davranan, herkesi memnun etmeye çalışan, iyiliksever davranışlar sergileyen, aşırı verici, istekleri reddedemeyen, sürekli onaylanma gereksinimi duyan, hoşlanmadığı durumlarda kendini açıklamakta zorlanan, öfkesini gösteremeyen, kendi düşüncesini ve hakkını savunamayan gibi davranışlar ile gözlenebilen bir kişilik özellikleri

kümesidir” olarak tanımlamıştır. Boyun eğici davranış gösteren kişiler, başkalarının gücünü, otoritesini veya duygularını göz önünde bulundururken, kendi hislerini ve inançlarını göz ardı ederek hareket ederler. Bu davranış düşmanca değildir ve zorlayıcı bir güçle yapılmaz. Fakat birey, benimsediğinden değil otoriteye uyduğu için boyun eğmekte, kendi isteğini önemsizleştirerek hayal kırıklıkları yaşamaktadır. Hayal kırıklıklarının beraberinde gelen, sosyal davranışın engellenmesi, kaçınma, kaçma arzuları ve pasiflik gibi çeşitli davranışlar da bu bireylerde gözlemlenmektedir (Deluty, 1979, 1981, 1985; Allan vd., 1997).

Kağıtçıbaşı’na (1999) göre, uyma davranışı sosyal yaşantı için zorunludur. Nitekim toplum, davranışsal bir düzen elde edebilmek için kurallar geliştirir ve bu kuralları erken çocukluk çağlarından itibaren bütün bireylere benimsetir. Bu sayede kişilerin benzer davranışlarının çoğu, erken yaşlarda başlayan ve yaşamları boyunca devam eden “ortak öğrenme” sonucu oluşur. İnsanların birbirleriyle olan etkileşimlerinde boyun eğici davranışlar, diğer bir deyişle itaat kavramı, saygı kavramıyla karıştırılmaktadır. TDK’ da (2018) saygı “üstünlüğü, değeri, yaşlılığı, yararlılığı, kutsallığı dolayısıyla bir kimseye, bir şeye karşı dikkatli, özenli, ölçülü davranmaya sebep olan sevgi duygusu, hürmet, ihtiram” olarak tanımlanırken, itaat; “söz dinleme, boyun eğme, buyruğa uyma” olarak tanımlanmıştır. Birbiriyle karıştırılan bu iki kavramın aslında birbirinden çok farklı olduğu, yapılan tanımlamalardan da anlaşılmaktadır.

Ülkemizde çocukların anne-babalarına, öğrencinin öğretmene, yönetilenin yönetene, küçüğün büyüğe saygı adı altında boyun eğen davranışlarda bulunması beklendiği gözlemlenmektedir. Saygı söz konusu olduğunda kişiler arası etkileşimlerde birey; özgürdür. Düşünür, üretir, karşı çıkar, yaratıcıdır. Fakat birey, boyun eğici davranışların hakim olduğu kişiler arası etkileşimlerde, kendini değersiz ve önemsiz görmektedir. Özgür değildir, konuşmasına izin verilmez, üretken olması gerekmez. Yapması gereken emirlere uyum göstermektir. Sosyal Sıralama Kuramı (Social Ranking Theory) altında ele alınan boyun eğme kavramında birey kendisini sosyal destek sistemi içinde bulunan kişilerden daha düşük statüde, ikinci sınıf insan gibi algılamaktadır (Yıldırım vd., 2014).

Boyun eğici davranış, kişinin üniversite eğitimiyle mesleki kimlik anlamında edinmesi gereken biliş ile ilgili olan yeterlik, duygusal nitelik ve davranışsal yetenekler kazanmasını önlediği, sosyal hayat adına gereken paylaşma, işbirliği, sorumluluk vb. nitelikleri kazanmasını önlediği ve bireyin ruhsal bakımdan sağlıklı olmasını fark ettirmeden olumsuz

yönde etkilediğinden üniversite öğrencilerinin boyun eğici davranışlarının belirlenmesi gerekmektedir (Koç vd., 2010).

Ülkelerin gelişmesi ve ilerleyebilmesi amacıyla iyi yetişmiş, nitelikli insan kaynağına sahip olması çok önemlidir. Nitelikli insan yetiştirme hususunda üniversitelerin yeri hiç kuşkusuz çok önemlidir. Üniversiteden mezun olan bireyler gerek kendi ülkelerinde çalışarak ülkelerinin gelişmesine, kalkınmasına katkıda bulunur; gerekse dış ülkelerde kendi ülkelerinde aldıkları eğitim ışığında çalışmalar yaparlar.

Özgüven (1992) yaptığı bir araştırma sonucunda üniversitede eğitim gören genç kuşağın 18-22 yaş aralığındaki çağ nüfusunun takribi %10'u kadar olduğunu, bu gençlerin öğrenim düzeyleri baza alınarak oluşturulacak olan piramidin en üstünde sayı olarak az ama seçilmiş bir grubu sembol ettiğini bulmuştur. TÜİK verilerine (2018) göre ise 20-24 yaş aralığındaki bireylerin %22.44'ü üniversitede eğitim görmektedir. 2017-2018 akademik yılda faal olarak öğrenim gören 4 milyon 241 bin 841 lisans öğrencisinden yaklaşık olarak 43 bin 960 öğrencinin spor bilimleri alanında eğitim aldığı saptanmıştır (TÜİK, 2018; YÖK, 2018).

Spor bilimleri alanında eğitim veren fakülte ve yüksekokulların misyonlarına bakıldığında; çağdaş bilgilerle eğitilmiş, bu bilgileri çevresine aktarabilme yeteneğine sahip, spor kültürü ile yetiştirilmiş, araştırmacı ve sorgulayıcı, estetik ve kendine özgü değerlere sahip olan, spor olgusunu sevdirmek ve yaygınlaştırmak gibi hedefleri olan bireyler yetiştirmek, yenilikçi ve yaratıcı bakış açısı ile sağlıklı yaşam, iyi yetiştirilmiş elit sporcular elde etmeyi amaçlayan, Cumhuriyetin temel ilkelerine bağlı, çağdaş ve laik Türk gençlerini sporumuzun hizmetine kazandırmak olduğunu görülmektedir (AÜSBF, 2018; MÜSBF, 2018; PAÜSBF, 2018)

Boyun eğici davranışlar konusunda çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Tuzcuoğlu vd. (2001), çalışmalarında ise Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Bölümünde eğitim alan öğrencilerin BED ile depresyon düzeyleri arasındaki ilişkiye bakmıştır. Mete vd. (2005), Hemşirelik Yüksekokulu öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada probleme dayalı öğrenim modelinin boyun eğici davranışlara etkisini incelemiştir. Koç vd. (2010), üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma yapmış, çeşitli değişkenler üzerinden incelemede bulunmuştur. Torun vd. (2012) hemşirelik öğrencilerinin benlik saygıları ile boyun eğici davranışları arasındaki farka baktıkları çalışmalarında negatif bir korelasyon olduğunu bulmuşlardır. Yılmaz (2015) Eğitim Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin boyun eğici

davranışlarının, sosyo-demografik değişkenler ve sosyotropi otonomi kişilik özellikleri açısından yordanma gücünün belirlenmesini amaçladığı araştırmasında, öğrencilerin sosyotropon-otonomi kişilik özelliğinin düşük veya yüksek olmasının BED düzeylerini etkilediğini ve anlamlı farklılık oluşturduğunu tespit etmişlerdir.

Boyun eğici davranışlar konusunda yapılan çalışmalardan spor ile ilgili olanlara bakıldığında ise; Kabasakal (2007), Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulları'nda (BESYO) öğrenim gören öğrenciler üzerine yaptığı çalışmada, araştırmaya katılan öğrencilerin sosyo-demografik durumlarının, boyun eğici davranışlara etkisi ve anne-baba arasında ve kendisine sözel ve fiziksel şiddet, boyun eğici davranışlarla ilişkilendirmiştir. Tekin vd. (2008) tarafından yine BESYO'ların Spor Yöneticiliği ve Antrenörlük Eğitimi bölümünde eğitim alan öğrenciler üzerine yapılan çalışmanın sonucunda; öğrencilerin umutsuzluklarının artmasının boyun eğici davranış düzeylerinin de arttırdığı belirlenmiştir. Tuzcuoğulları vd. (2017), takım sporlarıyla uğraşan elit sporcular üzerine yaptıkları çalışma Türkiye'de farklı takım sporları ile ilgilenen ve gençler kategorisinde yarışan sporcuların bazı değişkenler açısından BED düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir.

Bu çalışma Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin boyun eğici davranış düzeylerinin belirlenmesi; yaş, sınıf, cinsiyet, büyüdükleri yer ve bölüm değişkenlerinin boyun eğme davranışlarında farklılık oluşturup oluşturmadığını saptanması amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Yöntem ve Araçlar

Araştırma Modeli

Çalışma spor bilimleri fakültesinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin boyun eğici davranışlarının çeşitli değişkenlere göre değişimini belirlemeye yönelik ilişkisel tarama modelindedir.

Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini 2017-2018 eğitim-öğretim yılında Pamukkale Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi'nin 4 bölümünde öğrenimine devam etmekte olan öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini bu öğrenciler arasından seçkisiz yolla belirlenen 52'si kadın, 80'i erkek toplam 132 öğrenci oluşturmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veriler araştırmacılar tarafından oluşturulan Kişisel Bilgi Formu (KBF) ve Şahin ve Şahin (1992) tarafından güvenilirlik ve geçerlik çalışması yapılarak uyarlanan (Savaşır ve Şahin, 1997) “Boyuneğici Davranışlar Ölçeği” (BEDÖ) ile toplanmıştır. Ölçek 5’li Likert tipi puanlamaya sahip 16 maddeden oluşmaktadır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 16, en yüksek puan 80’dir. Yapılan güvenilirlik analizi sonucu Cronbach Alpha değeri .89 olarak bulunmuştur.

Verilerin Analizi

Verilerin analizinde betimsel istatistik yöntemleri kullanılmıştır. Öğrencilerin ölçekten aldıkları toplam puan üzerinden istatistiksel analizler yapılmıştır. SPSS 15.0 paket programında, ölçekten alınan puanların normal dağılım gösterip göstermedikleri Kolmogrov Smirnov testi ile değerlendirilmiş ve verilerin normal dağılım göstermedikleri belirlenmiştir (n=132, \bar{x} =43.51, ss=12.985, sig=.019, p<.05). Cinsiyet değişkeni için Mann Whitney-U testi ve yaş, sınıf, büyüdükleri yer ile bölüm değişkenleri için Kruskal Wallis-H testleri uygulanmıştır. Anlamlılık düzeyi .05 olarak kabul edilmiştir.

Yapılan güvenilirlik analizi sonucu ölçeğin Cronbach’s Alpha değeri .89 olarak bulunmuştur.

Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerden elde edilen verilere ait bulgular aşağıda tablolar halinde verilmiştir.

Tablo 1. En az, en çok, ortalama ve standart sapma değerleri

BED ölçeği	n	En az	En çok	\bar{x}	ss
Puanlar	132	20	73	43.51	12.985

Öğrencilerin boyun eğici davranışlar ölçeğinden aldıkları puan ortalamalarının en az \bar{x} =20 ve en çok: \bar{x} =73 olduğu bulunmuştur.

Değişkenlere ait bulgular:

Tablo 2. Boyun eğici davranışların cinsiyete göre Mann Whitney-U testi sonucu

Değişken	Gruplar	n	$\bar{x}_{sıra}$	$\sum_{sıra}$	U	z	P
Cinsiyet	Kadın	52	70.42	3662.00	1876.00	-.950	.342
	Erkek	80	63.95	5116.00			
	Total	138					

p>.05

Öğrencilerin BED ölçeğinden aldıkları puanlar kadın ve erkeklere göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermemektedir (U=1876.00, p>.05). Ancak sıra ortalamaları dikkate alındığında kadınların erkeklere göre daha fazla boyun eğici davranış sergilediği anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Boyun eğici davranışların yaş grubu, büyüdüğü yer, sınıf ve bölüme göre Kruskal Wallis-H testi sonuçları

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{x}_{sıra}$	x^2	sd	P
Yaş grubu	20 yaş ve altı	41	64.85	1.184	2	.553
	21-22 yaş	47	63.22			
	23 yaş ve üstü	44	71.53			
Büyüdüğü yer	İl	81	61.66	5.213	2	.074
	İlçe (kasaba)	37	69.70			
	Köy	14	86.04			
Sınıf	1.Sınıf	33	68.14	5.562	3	0.135
	2.Sınıf	38	73.63			
	3.Sınıf	31	52.84			
	4.Sınıf	30	69.78			
Bölüm	SBE	31	51.76	8.938	3	.030*
	SBA	31	69.29			
	SBR	27	81.48			
	SBY	43	65.71			

*p<.05

BED ölçeğinden alınan puanlar ile yaş grubu [$x^2(2)=1.184$, p>.05], büyüdüğü yer [$x^2(2)=5.213$, p>.05] ve sınıf [$x^2(3)=5.562$, p>.05] değişkenleri arasında anlamlı bir fark bulunamamış, ancak bölüm değişkeni [$x^2(3)=8.938$, p>.05] ile ölçek puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Post Hoch analizinde SBE ile SBR bölümlerinden kaynaklandığı

bulunmuştur. Sıra ortalamaları dikkate alındığında SBR bölümünde öğrenim gören öğrencilerin puanlarının (81.48) SBE bölümünde öğrenim gören öğrencilerin puanlarına (51.76) oranla daha yüksek olduğu bulunmuştur. Elde edilen bu bulguya göre SBR öğrencilerinin boyun eğici davranışlarının daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Tartışma

Boyun Eğici Davranışlar Ölçeği'nden alınabilecek puanlar 16 ile 80 arasında değişir ve yüksek puanlar daha fazla boyun eğici davranış özelliği gösterildiği anlamına gelmektedir (Savaşır ve Şahin, 1997). Yapılan bu çalışmada ise araştırmaya katılan SBF öğrencilerinin boyun eğici davranış puanı ortalaması 43.51'dir. Elde edilen bu sonuçta öğrencilerin boyun eğici davranışlarının (BED) ortalama puanın üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Ülkemizde boyun eğici davranış düzeyinin belirlenmesi ile ilgili yapılan çalışmalarda bulunan ortalamalara bakıldığında; Torun vd. (2012) 37.14, Özkan vd. (2008) 34.9 ve Tuzcuoğlu vd. (2001) 32.89 puan olarak bulmuşlardır.

Öğrencilerin cinsiyet değişkeni açısından boyun eğici davranış ölçeğinden elde ettikleri puanların karşılaştırmasına bakıldığında anlamlı bir farklılık görülememiştir ($U=1876.00$, $p>.05$). Ancak verilen cevapların sıra ortalamalarına bakıldığında kadın öğrencilerin, erkek öğrencilere göre daha fazla boyun eğici davranışlara sahip oldukları görülmektedir.

Literatüre bakıldığında çalışmamıza paralel sonuç bulan Tuzcuoğulları vd. (2017) takım sporlarıyla uğraşan elit sporcular üzerine yaptıkları çalışmada cinsiyet değişkeninde anlamlı bir fark bulamamış, kadın sporcuların erkek sporculara göre daha boyun eğici davranış sergilediklerini tespit etmişlerdir. Torun vd. (2012) hemşirelik öğrencileri üzerine yaptıkları çalışma sonucunda cinsiyet bakımından anlamlı farklılık elde edememişlerdir. Bunların dışında bizim çalışmamızdan farklı olarak; Yılmaz (2015) eğitim fakültesi öğrencileri üzerine yaptığı çalışmada ve Koç vd. (2010) üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada, erkek öğrencilerin kadın öğrencilere göre daha boyun eğici olduğunu bulmuşlardır. Kabasakal (2007) Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu öğrencileri üzerine yaptığı çalışmada boyun eğici davranışlar ile cinsiyet arasında farklılık olduğunu tespit etmiş, buna benzer bir sonuç bulan Tuzcuoğlu vd., (2001) Psikolojik Danışma ve Rehberlik bölümü

öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada erkek öğrencilerin boyun eğici davranış düzeylerini kadın öğrencilere göre anlamlı derecede farklı olduğunu bulmuşlardır. Genel olarak, spor ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde spor geçmişi bulunan bireylerde kadınların daha boyun eğici olduğu, erkeklerin ise kadınlara nazaran daha az boyun eğici davranış sergilediği tespit edilmiştir.

Öğrencilerin yaş değişkeni açısından boyun eğici davranış ölçeğinden elde ettikleri puanların karşılaştırmasına bakıldığında anlamlı bir farklılık görülemediği ($\chi^2=1.184$, $p>.05$). Yaş grupları arasındaki sıra ortalamalarına bakıldığında ise 23 yaş ve üzeri öğrencilerin, 21-22 yaş ve 20 yaş altı öğrencilere göre daha boyun eğici davrandıkları tespit edilmiştir. Çalışmamızdan farklı olarak Tuzcuoğulları vd. (2017) takım sporlarıyla uğraşan elit sporcular üzerine yaptıkları çalışmada araştırma grubunun yaş değişkeni açısından boyun eğici davranış ölçeğinden elde ettikleri puanların karşılaştırmasına baktıklarında anlamlı farklılığa rastlamışlardır. 16-17 yaş grubu sporcuların, 18-19 yaş grubu sporculardan daha yüksek boyun eğici davranış puanına sahip oldukları tespit etmişlerdir. Bu farklılığın nedenini 18-19 yaş grubundaki bireylerin toplum nezdinde de yasalar önünde de belirli bir olgunluğa eriştiği kabul edildiğinden olduğunu belirtmişlerdir.

Öğrencilerin sınıf değişkeni açısından boyun eğici davranış ölçeğinden elde ettikleri puanların karşılaştırmasına bakıldığında anlamlı bir farklılık görülemediği ($\chi^2=5.562$, $p>.05$). Buna ek olarak boyun eğici davranışların en fazla ikinci sınıfta görüldüğü ($x=73.63$), en az ise üçüncü sınıfta (52.84) görüldüğü saptanmıştır. Literatürde bu değişken açısından farklı sonuçlara ulaşılan çalışmalar mevcuttur. Yılmaz (2015) ve Tuzcuoğlu vd. (2001) üniversite öğrencileri üzerine yaptıkları çalışmalarda, dördüncü sınıf öğrencilerinin boyun eğici davranış düzeylerinin birinci sınıf öğrencilerine göre daha düşük düzeyde olduğu sonucuna ulaşmıştır. Koç vd. (2010) üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada sınıf değişkeni açısından yaptıkları incelemede boyun eğici davranışların en yüksek üçüncü sınıflarda olduğunu gözlemlemiştir. Mete vd. (2005) hemşirelik öğrencilerinin boyun davranışlarını inceledikleri çalışmada, öğrencilerin 4 yıllık lisans eğitimleri boyunca, boyun eğici davranış düzeylerine ilişkin puanlarının birinci sınıfta en yüksek ve dördüncü sınıfta en düşük olduğunu saptamışlardır. (birinci sınıfta $\bar{x}=34.4$, ikinci sınıfta $\bar{x}=31.6$, üçüncü sınıfta $\bar{x}=32.5$ puan ve dördüncü sınıfta $\bar{x}=29.3$ puan)

Öğrencilerin büyüdüğü yer değişkeni açısından boyun eğici davranış ölçeğinden elde ettikleri puanların karşılaştırmasına bakıldığında anlamlı bir farklılık görülememiştir ($\chi^2=5.213$, $p>.05$). Fakat sıra ortalamalarına bakıldığında en boyun eğici davranış sergileyen öğrencilerin köyde büyüdüğü saptanmıştır. Atli vd. (2010) ilköğretim ikinci kademe öğrencileri üzerine yaptıkları çalışmada, yaşanan yer değişkeni açısından yaptıkları incelemede köyde yaşayan öğrencilerin il merkezinde yaşayan öğrencilere kıyasla daha boyun eğici davranışlar sergilediğini saptamışlardır. Koç vd.'in (2010) da üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada, yerleşim birimi değişkeninde ilçe ve köyde yaşayan bireylerin diğer yerleşim birimlerindeki bireylere göre daha fazla boyun eğici davranışlar gösterdikleri bulunmuştur.

Öğrencilerin okudukları bölüm değişkeni açısından boyun eğici davranış ölçeğinden elde ettikleri puanların karşılaştırmasına bakıldığında anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır ($\chi^2=8.938$, $p>.05$). Bölümler arası farka bakıldığında sırasıyla en yüksek sıra ortalamalarının Rekreasyon bölümü, Antrenörlük bölümü, Yöneticilik bölümü ve son olarak da Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği bölümü öğrencilerinde olduğu görülmektedir. Bu konuda literatürde, bizim çalışmamıza benzer olarak Tekin vd. (2008) tarafından BESYO'ların antrenörlük eğitimi ve spor yöneticiliği bölümlerinde eğitim alan öğrenciler üzerine yapılan çalışmada spor yöneticiliği ve antrenörlük eğitimi bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerin BED düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Spor yöneticiliği bölümündeki öğrencilerin BED düzeylerinin ortalaması ($\bar{x}=36,1827$) iken, antrenörlük eğitimi bölümünde öğrenim gören öğrencilerin BED düzeylerinin ortalaması ($\bar{x}=32,9266$)'dir. Bu da, antrenörlük eğitimi alanında eğitim alan öğrencilerin BED düzeylerinin, spor yöneticiliği alanında eğitim alan öğrencilerin BED düzeylerinden daha düşük olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Sonuç

Spor Bilimleri Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerde cinsiyet, yaş, büyüdüğü yer ve sınıfları açısından anlamlı fark bulunamasa da değişkenlerin sıra ortalamaları incelendiğinde elde edilen sonuçlar şu şekildedir:

Kadın öğrencilerin erkek öğrencilerden; 23 yaş ve üzeri gruplamadaki öğrencilerin 21-22 yaş ve 20 yaş altı öğrencilerden; köyde büyüyen öğrencilerin il veya ilçede büyüyen öğrencilerden ve dördüncü sınıftaki öğrencilerin birinci, ikinci ve üçüncü sınıftaki öğrencilerden daha boyun eğici davranışlara sahip oldukları saptanmıştır.

Anlamli fark bulunan okudukları bölüm değişkenine bakıldığında Rekreasyon bölümündeki öğrencilerin Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği bölümdeki öğrencilerden daha boyun eğici davranışlara sahip oldukları bulunmuştur.

Kaynakça

- Allan, S. & Gilbert, P.** (1997). Submissive behavior and psychopathology. *British Journal of Psychopathology*, 36, pp. 467-488.
- Atli, A., Kaya A. & Macit, Z.B.** (2010). İlköğretim II. kademe öğrencilerinin boyun eğici davranış düzeylerinin incelenmesi, *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(1), ss. 61-79.
- Cüceloğlu, D.** (2006). *İnsan ve Davranışı, Psikolojinin Temel Kavramları*. 15. Baskı, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Deluty, R. H.** (1979). Children's Action Tendency Scale: A self-report measure of aggressiveness, assertiveness, and submissiveness in children. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 47, , pp. 1061-1071.
- Deluty, R. H.** (1981). Assertiveness in children: Some research considerations. *Journal of Clinical Child Psychology*, 10, , pp. 149-155.
- Deluty, R. H.** (1985). Consistency of assertive, aggressive, and submissive behavior for children. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(4), pp.1054-1065.
- Gilbert, P. & Allen, S.** (1994). Assertiveness, submissive behavior and social comparison, *British Journal of Clinical Psychology*, 33(3), pp.295-306.
- Kabasakal, K.** (2007). Beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinde boyun eğici davranışlar ve şiddetle ilişkisi, Yüksek Lisans Tezi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Selçuk Üniversitesi.
- Kağıtçıbaşı, Ç.** (1999). *Yeni İnsan ve İnsanlar, Sosyal Psikolojiye Giriş*. 10. Baskı, İstanbul: Evrim Yayınevi, Sosyal Psikoloji Dizisi: 1.
- Koç, M., Bayraktar, B. & Çolak, S.T.** (2010). Üniversite öğrencilerinde boyun eğici davranışlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(1), ss. 257-280.
- Köktuna, Z.S.** (2007). Çözüm odaklı kısa terapi tekniğinin alt sosyo ekonomik seviyedeki kadınların geleceğe umut ile bakabilme ve boyun eğici davranışlarına etkisinin

- incelenmesi. Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek lisans tezi, İstanbul.
- Mete, S. & Çetinkaya, E.** (2005). Probleme dayalı öğrenim modelinin hemşire öğrencilerin boyun eğici davranışlarına etkisi. *Zonguldak Sağlık Yüksekokulu Dergisi*, 1(3), ss. 49-55.
- Özgüven, E.** (1992). Üniversite öğrencilerinin sorunları ve baş etme yolları, *H.Ü. Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7, ss. 5-13.
- Özkan, A.İ. & Özen, A.** (2008). Öğrenci hemşirelerde boyun eğici davranışlar ve benlik saygısı arasındaki ilişki. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 7(1), ss. 53-58.
- Tekin, M. & Filiz, K.** (2008). Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokullarının antrenörlük eğitimi ve spor yöneticiliği bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerin umutsuzluk ve boyun eğici davranış düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, VI (1), ss.27-37.
- Tuzcuoğlu, S. & Korkmaz, B.** (2001). Psikolojik Danışma ve Rehberlik öğrencilerinin boyun eğici davranış ve depresyon düzeylerinin incelenmesi. *Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 14, ss.135-152.
- Tuzcuoğulları, T. & Abakay, U.** (2017). Takım sporlarıyla uğraşan elit genç sporcularda boyun eğici davranışların bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2 (2), ss.17-30.
- Torun, S., Arslan, S., Nazik, E., Akbaş, M. & Yalçın S.Ö.** (2012) Hemşirelik öğrencilerinin benlik saygısı ve boyun eğici davranışlarının incelenmesi. *Cumhuriyet Tıp Dergisi*, 34, ss. 399-404.
- Yıldırım, İ. & Ergene, T.** (2014). Lise son sınıf öğrencilerinin akademik başarılarının yordayıcısı olarak sınav kaygısı, boyun eğici davranışlar ve sosyal destek. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 25 (25). ss.224-243.
- Yılmaz, Ş.B.** (2015). Eğitim fakültesi öğrencilerinin boyun eğici davranışlarının yordayıcıları. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 5 (43), ss.82-94.
- Savaşır, I. & Şahin, N.H.** (1997). *Bilişsel-Davranışçı Terapilerde Değerlendirmede Sık Kullanılan Ölçekler (Cognitive-Behavioral Therapy Scales Commonly Used in the Assessment)*. Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları: 9.
- Şahin, N. H. ve Şahin, N.** (1992). Adolescent guilt, shame, and depression in relation to sociotropy and autonomy. World Congress of Cognitive Therapy, Toronto, Canada.
- AÜSBF** (2018). Spor Bilimleri Fakültesi Misyonu, (Erişim tarihi: 06.09.2018).
http://sporbilimleri.ankara.edu.tr/?page_id=10444#
- MÜSBF** (2018), Spor Bilimleri Fakültesi Misyonu, (Erişim tarihi: 03.09.2018)
[.https://sporbilimleri.marmara.edu.tr/dekanlik/misyon-ve-vizyon](https://sporbilimleri.marmara.edu.tr/dekanlik/misyon-ve-vizyon)
- PAÜSBF** (2018), Spor Bilimleri Fakültesi Misyonu, (Erişim tarihi: 06.09.2018),
<http://www.pau.edu.tr/sbf/tr/sayfa/misyon-ve-vizyon-5>

- TDK** (2018), Türk Dil Kurumu Sözlüğü, Saygı kelimesinin anlamı, (Erişim tarihi: 06.09.2018), http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=SAYGI
- TDK** (2018), Türk Dil Kurumu Sözlüğü, İtaat kelimesinin anlamı, (Erişim tarihi: 06.09.2018), http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b92a569655452.99035313
- TÜİK** (2018), Yaş grubu ve cinsiyete göre nüfus, 2018, 2023, 2040, 2060, 2080, (Erişim tarihi: 03.09.2018), <http://www.tuik.gov.tr>
- YÖK** (2018), Yaşlara göre öğrenci sayıları, 2017 – 2018, (Erişim tarihi: 03.09.2018), <http://www.yok.gov.tr>

Korumalı Futbol (Amerikan Futbol) Sporcularının Kişilik Özellikleri ve Psikolojik Performans Stratejileri İle Karar Verme Stilleri Arasındaki İlişki

Burcu Güvendi¹, Mehmet Güçlü², Ayşe Türksoy Işım¹

¹İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Spor Bilimleri Fakültesi,
burcu.guveni@istanbul.edu.tr, ayseturksoy@hotmail.com

²Gazi Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, mguclu@gazi.edu.tr

Özet

Amaç: Bu çalışmanın amacı Korumalı futbol (Amerikan futbol) sporcuların kişilik özellikleri ve psikolojik performans stratejileri ile karar verme stilleri arasındaki ilişkinin araştırılmasıdır. **Yöntem:** Araştırmanın evrenini; üniversite liginde oynayan korumalı futbol (Amerikan futbolu) sporcuları oluştururken, örneklemini ise; Üniversite liginde yeralan toplamda 82 erkek sporcu oluşturmuştur. Araştırmada veri toplama amacıyla kişisel bilgi formu, Eysenck Gözden Geçirilmiş/Kısaltılmış Kişilik Anketi, Psikolojik Performans Stratejileri Ölçeği ve Karar Verme Stilleri Ölçeği kullanılmıştır.

Bulgular: Amerikan futbolcularının, psikolojik performans stratejilerinin, karar verme stillerinin ve kişilik özelliklerinin birbiri ile ilişkili olduğu saptanmıştır. Amerikan futbol oynama yılına göre ölçek alt boyutlarında anlamlı farklılık görülmemiştir. Oynadıkları mevkiye göre sporcuların Karar Vermede Öz-Saygı puanlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Sakatlık geçirme durumlarına göre bakıldığında ise karar vermede öz-saygı puanlarında, dışa dönüklük ve nörotisizm alt boyutlarında ve psikolojik performans stratejileri ölçeği alt boyutlarında anlamlı farklılık görülmüştür.

Sonuç: Amerikan futbolcuların psikolojik performans stratejileri ile karar verme ve kişilik özelliklerinin birbiri ile ilişkili olduğu özellikle psikolojik performans stratejilerini kullanan sporcuların daha net ve kendinden emin olarak karar verdikleri görülmüştür. Ayrıca sporcuların duygu düşünce gibi psikolojik özellikleri olumlu kullanabilmeleri kişilik özelliklerini değiştirebilmektedir diyebiliriz.

Anahtar Kelimeler: Amerikan Futbolu, Karar Verme, Kişilik, Psikolojik Performans Stratejileri

Investigate The Relation Between Personality Traits And Psychological Performance Strategies And Decision-Making Styles Of Players Of Protected Football (American Football)

Abstract

Aim: The purpose of this study is to investigate the relationship between personality traits and psychological performance strategies and decision making styles of protected football (American football) athletes.

Methods: The population of the research was composed of the protected football (American football) athletes who played in the university league, while the sample consisted of 82 male athletes in the university league. Personal data form, Eysenck Revised/Abbreviated Personality Questionnaire, Psychological Performance Strategies Scale and Decision Making Scale were used in the research.

Results: According to the correlation analysis, it was found that psychological performance strategies, decision-making styles and personality traits of American football players were related to each other. There was no significant difference in scale sub-dimensions according to the years of playing American football playing. A statistically significant difference was found in the self-esteem scores of the athletes in decision making according to their position. According to injury cases, there were significant differences in self-esteem scores, extroversion and neuroticism sub-dimensions and psychological performance strategies scale sub-dimensions.

Conclusion: It was observed that the psychological performance strategies and decision making and personality traits of American football players were correlated with each other, and athletes using psychological performance strategies have made clearer and confident decisions. Furthermore, it is possible to say that athletes being able to use psychological characteristics such as emotion and thinking can change their personality characteristics.

Key Words: American Football, Decision Making, Personality, Psychological Performance Strategies

Giriş

Sporcu kelimesinin çağrıştırdıklarına baktığımızda performans, kelimesi ilk sıralarda yer alır. Performans, sıklıkla iyi ya da kötü oyun olarak değerlendirilmektedir. Oyun hakkında yapılan değerlendirmelerde, sporcunun oyun öncesi ve oyun sırasındaki duygusu, düşüncesi, bedensel duyuları, çevresinde olanlar ve sporcunun tüm bu olanlara verdiği anlamlar sıklıkla dışarıda bırakılmaktadır. Sporcunun, sadece fiziksel olarak değil aynı zamanda zihinsel ve duygusal olarak da mücadele ettiğini, performans sergilediğini akılda tutmak, sportif performansı daha doğru değerlendirmemizi sağlayacaktır (Bozkurt, 2010, 29). Doğru bir karar bireyin yaşamında olumlu sonuçlara yol açıp onun amaç ve isteklerine ulaşmasını sağladığı gibi yanlış kararlar da bireyi amaçlarına ulaşmaktan alıkoynabilir ve onun istemediği bir hayatı yaşamasına neden olabilir (Eldeleklioğlu, 1999, 7-8). Karar verme stilleri, son zamanlarda üzerinde sıklıkla durulan bir konu olmuştur. Karar verme stilleri, toplumsal yaşamda olduğu kadar spor ortamında da önemli bir yere sahiptir. Özellikle akış içerisinde müdahale edilmesi imkansız olan durumlarda sporcunun sahip olduğu karar verme yeteneği müsabakanın gidişatına yön vermekte, sonuçları ise olumlu ve olumsuz olarak etki yaratmaktadır.

Stres ve motivasyon unsurları sporcunun karar verme sürecinde sürekli devrededir. Karar verme becerisi aslında ortaya çıkan davranışın doğrudan psikolojik olarak işlenmiş bir üründür (Baumann, 1986, 189). Psikolojik beceri antrenmanları geniş kapsamlı olarak gevşeme, stres yönetimi, hedef belirleme, imgeleme, dikkat ve konsantrasyon yönetimi, düşünce kontrolleri, psiko-enerji yönetimi gibi becerileri ve bunları geliştirmek için antrenman plan ve programlarından oluşmaktadır (Konter, 1998, 57). İnsan eyleminin bir ürünü olan sportif performans bir bütündür. Spor psikolojisi de bu bütünün önemli bir parçasıdır. Spor psikolojisi psikolojinin bir alt dalı ve psikolojik beceri antrenmanları da bu alanın önemli çalışma konularından biridir. Psikolojik beceri antrenmanları, sporcunun performansına etki eden

psikolojik özelliklerini geliştirme ve performansı engelleyen psikolojik faktörleri ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır. Psikolojik beceri antrenmanlarının geliştirmeye çalıştığı ana unsurlar, sporcuların sportif performansını belirleyen psikolojik özelliklerdir (Erdoğan ve Kocaekşi, 2011, 63). Kişilik özelliklerine göre bireylerin spora yönelmesi, beklentileri, antrenmanlarda gösterdikleri sabır ve azim, yarışmalardaki zor şartlar altında etkilenme biçimleri ve düzeyleri farklılık gösterir. Bir antrenör, sporcusunun kişilik özelliklerinin performansını etkileyebileceği gerçeğinden hareket edebilirse, kişiliğin performansı engellemesi riskini azaltabilir. Yetenekli sporcuların çoğu duygusal olarak spordaki psikolojik baskılara göğüs geremedikleri için arzu edilen performansı sergileyemezler (Ü. Samur ve Samur, 2017, 28-29).

Sporcuların kişilik özelliklerinin onların fiziksel performanslarının yanı sıra psikolojik performanslarını etkileyebileceği bununla birlikte karar verme stillerinin de değişebileceği düşünülmektedir. Günümüzde fiziksel antrenmanların tek başına yeterli olmadığı sporcuların sahip oldukları psikolojik becerilerin başarıda önemli bir etken olduğu yapılan araştırmalarda ve uygulamalarda görülmektedir. Yapılan literatür incelemesi sonucu sporda psikolojik performansı arttırmaya yönelik uygulama çalışmaları ile ilgili, özellikle popüleritesi giderek artan Amerikan futbolu gibi bir branş üzerinde ülkemizde yeterli araştırılmaya rastlanılmamıştır. Sporcuların kişilik özellikleri ve psikolojik performans stratejileri ile karar verme stilleri arasındaki ilişkinin araştırılarak sonuçlarının ortaya koyulmasının hem spor psikolojisi literatürüne hem de sporculara katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Böylece konuyla ilgili diğer ülkelerde yapılan çalışmaları karşılaştırma olanağı bulunabilecektir. Bu bağlamda çalışmanın amacı Korumalı futbol (Amerikan futbol) sporcularının kişilik özellikleri ve psikolojik performans stratejileri ile karar verme stilleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi ve bazı bağımsız değişkenlere göre incelenmesidir.

Yöntem ve Araçlar

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini; üniversite liginde oynayan korumalı futbol (Amerikan futbolu) sporcuları oluştururken, araştırmanın örneklemini ise; bu kategoride yeralan toplamda 82 erkek sporcu oluşturmaktadır.

Veri Toplama Yöntemi

Konu ile ilgili bilgiler, kaynakların taranması, geliştirilen ölçme araçları ve uygulama çalışmasından elde edilmiştir. Bu çalışmada, veri toplama amacıyla araştırmacı tarafından düzenlenen kişisel bilgi formu, Eysenck Gözden Geçirilmiş/Kısaltılmış Kişilik Anketi, Psikolojik Performans Stratejileri Ölçeği ve Karar Verme Stilleri Ölçeği kullanılmıştır.

Melbourne Karar Verme Ölçeği (MKVÖ): Mann vd., (1998) tarafından geliştirilen ölçek, Deniz (2004) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır (Deniz, 2004, s. 23-35). Ölçek 28 madde ve iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda 6 madde ve bir alt boyut; karar vermede özsaygının belirlenmesi, ikinci kısımda; 22 madde ve 4 alt boyut; dikkatli karar verme stili, kaçınan karar verme stili, erteleyici karar verme stili ve panik karar verme stilinden oluşmaktadır. Ölçek, Doğru (2), Bazen Doğru (1), Doğru Değil (0) şeklinde puanlanmaktadır. *Dikkatli Karar Verme Stili:* Bireyin karar vermeden önce dikkatli biçimde doğru bilgiyi araması ve seçenekleri dikkatlice değerlendirdikten sonra seçim yapma stilidir. *Kaçınan Karar Verme Stili:* Bireyin karar vermekten kaçınması, kararları başkalarına bırakma eğiliminde olması *Erteleyici Karar Verme Stili:* Bireyin vermesi gereken kararı geçerli bir neden olmaksızın sürekli erteleme, geciktirme ve sürüncemede bırakma durumudur. *Panik Karar Verme Stili:* Bir karar durumu ile karşı karşıya kaldığında, kendini zaman baskısı altında hissederek aceleci davranışlar sergileyip hızlı çözümlere ulaşma çabası şeklindedir (Deniz, 2004, 26-27).

Kişilik Ölçeği: Francis vd., (1992) tarafından Eysenck Kişilik Anketi gözden geçirilerek EKA-GGK'yı oluşturmuştur. Anket, 24 madde ve 3 ana faktörden oluşmaktadır. Bunlar; dışadönüklük, nörotisizm, psikotisizm. Ayrıca yalan söyleme alt ölçeği ile anketin uygulanması esnasındaki yanlılığı engellemek ve geçerliliği ile ilgili kontrol hedeflemektedir. Her alt boyut 6 maddeden oluşmakta ve Evet (1) ve Hayır (0) formatıyla cevap verilmektedir. Alt boyutlardan alınabilecek puan 0 ile 6 arasında değişmektedir. Ölçeğinin ülkemiz için geçerlik ve güvenirlik çalışması Karancı, Dirik ve Yorulmaz (2007) tarafından yapılmıştır. Dışa dönüklük, sosyallik ve dürtüsellik anlamına gelirken, bu boyutta yüksek puan alan kişiler, insanlarla iletişimi seven, girişken ve yalnız olmak yerine insanlarla olmayı tercih eden biri olarak belirtilmiştir. Nörotisizm boyutu, duygusal tutarlılığa veya aşırı tepkiselliğe işaret etmektedir ve bu boyutta yüksek puan alan bir kişinin kaygılı, depresif, gergin, çekingen, aşırı duygusal ve düşük öz-güveni olabileceği düşünülmüştür. Psikotisizm boyutu ise soğuk, mesafeli, saldırgan, güvensiz, duygusuz, tuhaf ve empati kuramama, suçluluk ve diğer insanlara karşı duyarsızlık gibi daha

çok sıra dışı kişilik özelliklerini ifade etmektedir (H. Eysenck & Eysenck'den aktaran Karancı vd., 2007: 2).

Psikolojik Performans Stratejileri Ölçeği: Thomas vd., (1999) tarafından geliştirilen TOPS ölçeği Miçooğulları (2017) tarafından Türkçeye geçerliği ve güvenilirliği yapılmıştır. Ölçeğin Orijinal hali 64 madde şeklindedir ancak faktör analizi sonucunda ölçek 60 maddeye düşürülmüştür. Ölçek iki bölümden oluşmakta ve her bölümün kendi içinde 8 alt boyutu yer almaktadır. Ölçeğin, 30 madde olan müsabaka bölümü içinde; harekete geçme, otomatiklik, duygusal kontrol, hedef belirleme, imgeleme, gevşeme, kendi kendine konuşma ve negatif düşünme alt boyutları yer alırken 30 madde olan antrenman bölümü içinde ise: harekete geçme, otomatiklik, duygusal kontrol, hedef belirleme, imgeleme, gevşeme, kendi kendine konuşma ve dikkat kontrol alt boyutları bulunmaktadır. Ölçek 5' li likert tipi şeklindedir. Her alt boyut 4 maddeden oluşurken otomatiklik alt boyutu hem müsabaka hem antrenman boyutunda 2 maddeyi içermektedir (Miçooğulları, 2017: 76-77).

Verilerin Analizi

Çalışmadaki ölçek puanlarının iki grup karşılaştırmalarında ise Bağımsız t testi uygulanmıştır. Sürekli değişkenlerin birbirleri ile olan ilişkisi ise Pearson korelasyon analizi kullanılarak belirlenmiştir. Analizlerde güven aralıkları %95 olarak belirlenmiştir ($p=.05$). Çalışmada kullanılan ölçek puanlarının, yapılan karşılaştırmalardaki gruplar (çalışma-kontrol, hücum-savunma, sakatlık durumu gibi) gözetilerek Çarpıklık (Skewness) ve Basıklık (Kurtosis) değerleri saptanmıştır. Tüm ölçek değerleri için Çarpıklık değerleri; minimum -.001 ve maksimum -1.614 değerleri arasında yer alırken basıklık değerleri ise minimum .019 ve maksimum 1.425 değerleri arasında yer almaktadır. Çalışmada bu nedenle parametrik testler kullanılmıştır.

Bulgular

Korumalı futbol (Amerikan futbol) sporcularının kişilik özellikleri ve psikolojik performans stratejileri ile karar verme stilleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi ve bazı bağımsız değişkenlere göre incelenmesi amacıyla yapılan çalışmanın bulguları aşağıdaki gibidir.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Bilgilerin Analizi

Değişkenler	n	%	
Spor Yılı	1-3 yıl	14	11,48
	4-6 yıl	11	9,02
	7-10 yıl	15	12,3
	10 yıl ve üzeri	42	34,44
Mevki	Hücum	38	31,16
	Savunma	44	36,08
Sakatlık	Evet	24	19,68
	Hayır	58	47,56
Amerikan Futbolu Yılı	3 yıl ve altı	56	45,92
	3 yıl üzeri	26	21,32

Tablo 1. Sporcuların İlk Ölçümde Ölçeklerden Aldıkları Puanların İlişkisi

		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Öz-Saygı	-								
2	Karar Dikkatli	.33**	-							
3	Verme Kaçınan	-.28**	-.47**	-						
4	Ölçeği Erteleyici	-.22*	-.33**	.63**	-					
5	Panik	-.38**	-.35**	.58**	.48**	-				
6	Eysenck Dışa Dönüklük	-.17	.07	.03	.14	.08	-			
7	Kişilik Yalan	-.06	.08	-.10	-.40*	-.10	-.01	-		
8	Ölçeği Nörotisizm	.15	.04	.01	.11	.14	-.41**	-.20	-	
9	Psikotisizm	.12	-.25*	.07	.15	-.08	-.04	-.43*	.04	-
10	Hedef B.	.35**	.29**	-.15	-.04	-.13	-.15	.10	.10	-.03
11	K. K. Konuşma	.38**	.34**	-.20	.03	-.06	-.09	-.11	.28**	-.07
12	D. Kontrol	.42**	.25*	-.40**	-.16	-.33*	.29**	.06	-.02	.11
13	PPSÖ Otomatiklik	.01	.02	.01	-.01	-.01	.10	.11	.10	-.06
14	(M) İmgeleme	.23*	.20	-.14	-.13	-.06	-.19	.09	.18	-.10
15	Harekete Geçme	.32**	.20	-.13	-.04	-.24*	.22*	.04	.03	-.06
16	Negatif Düşünme	.44**	.32**	-.30**	-.08	-.32*	.27*	.04	-.01	.06
17	Gevşeme	.48**	.40**	-.33**	.15	-.33*	.18	.05	.06	-.09
18	Hedef B.	.25*	.22*	-.27*	-.09	-.20	-.14	.11	.20	-.10
19	K. K. Konuşma	.33**	.27*	-.13	-.01	-.23*	-.15	-.02	.27*	-.02
20	D. Kontrol	.35**	.23*	-.24*	-.11	-.19	-.14	.12	-.09	.04
21	PPSÖ Otomatiklik	.27*	.18	-.23*	-.12	-.14	-.13	.10	.17	.01
22	(A) İmgeleme	.36**	.29**	-.18	-.19	-.17	.23*	.07	.23*	-.02
23	Harekete Geçme	.31**	.23*	-.31**	-.22*	-.14	-.07	.20	.11	-.11
24	Dikkat Kontrol	.38**	.18	-.37**	-.33*	-.21	-.21	.11	.03	.03
25	Gevşeme	.43**	.43**	-.42**	-.19	-.33*	-.14	.05	.11	.02

Not 1. N=82, *: $p < .05$, **: $p < .01$, r: Pearson's Rho

Not 2. PPSÖ (M): Psikolojik Performans Stratejileri Ölçeği Müsabaka Boyutu, PPSÖ (A): Psikolojik Performans Stratejileri Ölçeği Antrenman Boyutu.

Tablo 3. Amerikan Futbol Oynama Yılına Göre Ölçeklerden Alınan Puanların Karşılaştırılması

		3 Yıl ve Altı (N=56)	3 Yıl Üzeri (N=26)	<i>t</i>	<i>P</i>
		Ort. (SS)	Ort. (SS)		
Melbourne Karar verme ölçeği	Karar Vermede Öz Saygı	8.94 (1.57)	8.69 (2.01)	.598	.551
	Dikkatli Karar Verme	8.08 (2.58)	8.23 (2.43)	-.234	.815
	Kaçıngan Karar Verme	5.75 (2.90)	5.26 (2.39)	.735	.464
	Erteleyici Karar Verme	5.10 (2.32)	4.96 (2.04)	.274	.785
	Panik Karar Verme	4.96 (2.39)	4.84 (2.27)	.211	.833
Eysenck Kişilik Ölçeği	Dışa Dönüklük	4.53 (1.87)	4.46 (1.47)	.177	.860
	Yalan	2.76 (1.69)	2.84 (1.64)	-.197	.845
	Nörotisizm	2.73 (1.79)	2.46 (1.36)	.682	.497
	Psikotisizm	2.08 (1.31)	2.11 (1.65)	-.077	.939
Psikolojik Performans Stratejileri Ölçeği	Hedef Belirleme	13.53 (2.57)	13.76 (2.40)	-.390	.698
	Kendi Kendine Konuşma	11.42 (3.21)	11.23 (3.06)	.263	.793
	Duygusal Kontrol	10.10 (2.61)	10.34 (3.52)	.344	.732
	Müsabaka Otomatiklik	5.37 (1.67)	5.61 (1.62)	-.609	.544
	İmgeleme	12.10 (2.71)	12.42 (2.81)	-.485	.629
	Harekete Geçme	13.19 (2.30)	13.57 (2.65)	-.662	.510
	Negatif Düşünme	12.25 (2.65)	12.11 (2.74)	.212	.833
	Gevşeme	11.44 (2.55)	11.53 (3.02)	-.143	.886
	Hedef Belirleme	12.17 (2.47)	12.42 (2.38)	-.420	.675
	Kendi Kendine Konuşma	12.07 (2.91)	11.50 (3.15)	.805	.473
Antrenman	Duygusal Kontrol	10.48 (2.37)	10.26 (2.42)	.375	.708
	Otomatiklik	6.10 (1.37)	6.50 (1.60)	-1.143	.257
	İmgeleme	11.14 (3.10)	12.00 (3.22)	-1.149	.254
	Harekete Geçme	10.78 (2.52)	11.34 (2.69)	-.916	.362
	Dikkat Kontrol	11.50 (2.29)	11.88 (2.99)	-.639	.525
	Gevşeme	10.07 (2.49)	10.11 (3.08)	-.069	.945

Not. N: 82, Serbestlik Derecesi (SD): 80, SS: Standart Sapma

Tablo 3'e göre yapılan analizler sonucunda; sporcuların aldıkları puanların Amerikan futbol oynama yılına göre anlamlı düzeyde bir farklılık göstermediği saptanmıştır ($p > .05$).

Tablo 4. Mevkilere Göre Ölçeklerden Alınan Puanların Karşılaştırılması

		Hücum (N=56)	Savunma (N=26)	t	P	
		Ort. (SS)	Ort. (SS)			
Melbourne Karar Verme Ölçeği	Karar Vermede Öz Saygı	9.44 (1.53)	8.36 (1.84)	2.864	.005	
	Dikkatli Karar Verme	8.15 (2.38)	8.11 (2.66)	.079	.935	
	Kaçıngan Karar Verme	5.46 (2.52)	5.36 (2.93)	.828	.410	
	Erteleyici Karar Verme	5.02 (2.22)	5.10 (2.25)	.166	.868	
	Panik Karar Verme	4.88 (2.41)	4.97 (2.31)	.167	.868	
Eysenck Kişilik Ölçeği	Dışa Dönüklük	4.52 (1.81)	4.50 (1.71)	-.058	.954	
	Yalan	2.63(1.42)	2.93 (1.86)	-.811	.420	
	Nörotisizm	2.60 (1.77)	2.68 (1.58)	-.206	.837	
	Psikotisizm	1.94 (1.20)	2.22 (1.58)	-.889	.377	
Psikolojik Performans Stratejileri Ölçeği	Hedef Belirleme	13.78 (2.55)	13.45 (2.49)	.599	.551	
	Kendi Kendine Konuşma	11.50 (3.21)	11.25 (3.12)	.357	.722	
	Müsabaka	Duygusal Kontrol	10.05 (3.19)	10.29 (2.67)	-.375	.709
		Otomatiklik	5.31 (1.64)	5.56 (1.67)	-.686	.495
	İmgeleme	12.10 (3.12)	12.29 (2.37)	-.312	.756	
	Harekete Geçme	13.31 (2.64)	13.31 (2.22)	.004	.996	
	Negatif Düşünme	12.31 (2.13)	12.11 (2.86)	.341	.734	
	Gevşeme	11.76 (3.08)	11.22 (2.30)	.898	.372	
	Antrenman	Hedef Belirleme	11.97 (2.58)	12.50 (2.30)	-.974	.333
		Kendi Kendine Konuşma	12.13 (2.87)	11.68 (3.09)	.678	.500
Duygusal Kontrol		10.52 (2.67)	10.31 (2.11)	.393	.695	
Otomatiklik		6.34 (1.59)	6.13 (1.32)	.638	.525	
İmgeleme		11.52 (3.55)	11.31 (2.79)	.297	.768	
Harekete Geçme		11.28 (2.75)	10.68 (2.39)	1.067	.289	
Dikkat Kontrol		11.55 (2.48)	11.68 (2.58)	-.229	.819	
Gevşeme	10.31 (2.93)	9.88 (2.46)	.721	.473		

Not. N: 82, Serbestlik Derecesi (SD): 80, SS: Standart Sapma

Tablo 4'e göre yapılan analizler sonucunda; sporcuların Karar Vermede Öz-Saygı puanlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir (p<0.05).

Tablo 5. Sakatlık Geçirme Durumlarına Göre Ölçeklerden Alınan Puanların Karşılaştırılması

		Sakatlık Var (N=24)	Sakatlık Yok (N=58)	<i>t</i>	<i>P</i>
		Ort. (SS)	Ort. (SS)		
Melbourne Karar verme ölçeği	Karar Vermede Öz Saygı	7.87(1.89)	9.27(1.57)	-3.448	.001
	Dikkatli Karar Verme	7.00(1.39)	8.60(2.44)	-2.714	.008
	Kaçıngan Karar Verme	6.58(3.03)	5.18(2.53)	2.135	.036
	Erteleyici Karar Verme	5.20(2.02)	5.00(2.32)	.383	.703
	Panik Karar Verme	5.75(2.34)	4.58(2.27)	2.086	.040
Eysenck Kişilik Ölçeği	Dışa Dönüklük	4.20(1.22)	5.25(1.85)	2.535	.013
	Yalan	2.79(1.69)	2.81(1.67)	-.004	.997
	Nörotisizm	2.89(1.60)	2.04(1.64)	-2.162	.034
	Psikotisizm	2.08(1.69)	2.10(1.30)	-.058	.954
Psikolojik Performans Stratejileri Ölçeği	Hedef Belirleme	12.20(1.47)	14.18(2.63)	-3.462	.001
	Kendi Kendine Konuşma	9.58(2.18)	12.10(3.20)	-3.522	.001
	Duygusal Kontrol	8.33(2.18)	10.94(2.84)	-4.036	.000
	Müsabaka Otomatiklik	5.25(1.45)	5.53(1.73)	-.705	.483
	İmgeleme	10.75(1.93)	12.81(2.80)	-3.287	.002
	Harekete Geçme	11.95(1.33)	13.87(2.54)	-3.500	.001
	Negatif Düşünme	10.79(2.48)	12.79(2.53)	-3.274	.002
	Gevşeme	9.75(1.64)	12.18(2.72)	-4.081	.000
	Hedef Belirleme	10.79(1.93)	12.86(2.38)	-3.773	.000
	Kendi Kendine Konuşma	10.50(2.04)	12.46(3.13)	-2.827	.006
Antrenman	Duygusal Kontrol	8.91(1.71)	11.03(2.34)	-3.994	.000
	Otomatiklik	5.87(1.29)	6.37(1.49)	-1.441	.153
	İmgeleme	9.58(2.30)	12.17(3.15)	-3.632	.000
	Harekete Geçme	9.54(2.16)	11.55(2.51)	-3.423	.001
	Dikkat Kontrol	9.83(1.60)	12.36(2.47)	-4.609	.000
	Gevşeme	8.58(2.10)	10.70(2.66)	-3.479	.001

Tablo 5'e göre, yapılan analizler sonucunda; karar vermede öz-saygı puanlarının dikkatli karar verme, kaçınan karar verme ve panik karar verme alt boyutlarında; Kişilik ölçeğinin dışa dönüklük ve nörotisizm alt boyutlarında ve psikolojik performans stratejileri ölçeğinin müsabaka bölümü alt boyutları olan; hedef belirleme (müsabaka), kendi kendine konuşma (müsabaka), duygusal kontrol (müsabaka), imgeleme (müsabaka), Harekete Geçme (müsabaka), negatif düşünme (müsabaka), gevşeme (müsabaka) alt boyutlarında ve hedef belirleme (antrenman), kendi kendine konuşma (antrenman), duygusal kontrol (antrenman),

imgeleme (antrenman), harekete geçme (antrenman), dikkat kontrol (antrenman) ve gevşeme (antrenman) alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık belirlenmiştir ($p<0.05$).

Tartışma

Bu çalışma Korumalı futbol (Amerikan futbol) sporcularının kişilik özellikleri ve psikolojik performans stratejileri ile karar verme stilleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi ve bazı bağımsız değişkenlere göre incelenmesi amacıyla yapılmıştır.

Ölçekler arasında yapılan korelasyon analizine göre; sporcuların karar vermede öz saygı puanlarının; psikolojik performans stratejileri ölçeği müsabaka bölümü alt boyutlarından; hedef belirleme (müsabaka), kendi kendine konuşma (müsabaka), duygusal kontrol (müsabaka), imgeleme (müsabaka), harekete geçme (müsabaka), negatif düşünme (müsabaka), gevşeme (müsabaka) puanları ile psikolojik performans stratejileri ölçeği antrenman bölümü alt boyutlarından; hedef belirleme (antrenman), kendi kendine konuşma (antrenman), duygusal kontrol (antrenman), otomatiklik (antrenman), imgeleme (antrenman), harekete geçme (antrenman), dikkat kontrol (antrenman) ve gevşeme (antrenman) puanları ile pozitif yönde anlamlı düzeyde ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Sporcuların dikkatli karar verme puanlarının ise; psikolojik performans stratejileri ölçeği müsabaka bölümü alt boyutlarından; hedef belirleme (müsabaka), kendi kendine konuşma (müsabaka), duygusal kontrol (müsabaka), negatif düşünme (müsabaka), gevşeme (müsabaka) puanları ile psikolojik performans stratejileri ölçeği antrenman bölümü alt boyutlarından; hedef belirleme (antrenman), kendi kendine konuşma (antrenman), duygusal kontrol (antrenman), imgeleme (antrenman), harekete geçme (antrenman), ve gevşeme (antrenman) puanları ile pozitif yönde; kişilik ölçeğinin psikotizm puanları ile negatif yönde anlamlı düzeyde ilişkili olduğu saptanmıştır.

Sporcuların kaçınan karar verme puanlarının ise; psikolojik performans stratejileri ölçeği müsabaka bölümü alt boyutlarından; duygusal kontrol (müsabaka), negatif düşünme (müsabaka), gevşeme (müsabaka) puanları ile psikolojik performans stratejileri ölçeği antrenman bölümü alt boyutlarından; hedef belirleme (antrenman), duygusal kontrol (antrenman), otomatiklik (antrenman), harekete geçme (antrenman), dikkat kontrol (antrenman) ve gevşeme (antrenman) negatif yönde anlamlı düzeyde ilişkili olduğu belirlenmiştir. Sporcuların erteleyici karar verme puanlarının ise; kişilik ölçeğinin yalan puanları ve psikolojik

performans stratejileri ölçeği antrenman bölümü alt boyutlarından; harekete geçme (antrenman), dikkat kontrol (antrenman) puanları ile negatif yönde anlamlı düzeyde ilişkili olduğu görülmüştür. Sporcuların panik karar verme puanlarının ise; performans stratejileri ölçeği müsabaka bölümü alt boyutlarından; duygusal kontrol (müsabaka), harekete geçme (müsabaka), negatif düşünme (müsabaka), gevşeme (müsabaka) puanları ile performans stratejileri ölçeği antrenman bölümü alt boyutlarından; kendi kendine konuşma (antrenman) ve gevşeme (antrenman) puanları ile negatif yönde anlamlı düzeyde ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Sporcuların kişilik ölçeğinin dışa dönüklük puanlarının; performans stratejileri ölçeği müsabaka bölümü alt boyutlarından; duygusal kontrol (müsabaka), harekete geçme (müsabaka), negatif düşünme (müsabaka)⁷, puanları ile performans stratejileri ölçeği antrenman bölümü alt boyutlarından; imgeleme (antrenman) puanları ile pozitif yönde anlamlı düzeyde ilişkili olduğu saptanmıştır. Nörotisizm puanlarının ise performans stratejileri ölçeği alt boyutları olan kendi kendine konuşma (müsabaka) ve kendi kendine konuşma (antrenman) ve imgeleme (antrenman) puanları ile pozitif yönde anlamlı düzeyde ilişkili olduğu belirlenmiştir

O halde psikolojik performans stratejileri puanları arttıkça sporcuların karar vermede öz saygı ve dikkatli karar verme puanlarının arttığı, kaçınan, erteleyici ve panik karar verme puanlarının ise düştüğü söylenebilir. Ayrıca sporcuların öz saygılarının (kendine güvenlerinin) artması ile daha dikkatli karar verdikleri görülürken öz saygılarının düşmesi ile erteleyici, panik ve kaçınan kararlar verdikleri görülmüştür. Bununla birlikte sporcuların; soğuk, mesafeli, saldırgan, güvensiz, duygusuz, tuhaf ve empati kuramama, suçluluk ve diğer insanlara karşı duyarsızlık (H. Eysenck ve Eysenck'den aktaran Karancı vd., 2007, 2) gibi özellikleri içeren psikotisizm kişilik özelliği puanlarının artması dikkatli karar vermeyi azalttığı, kişiliğin yalan boyutu arttıkça ise erteleyici karar vermelerinin azaldığı belirlenmiştir. Yalan boyutunu kullanan sporcuların olaylar karşısında kolaylıkla sıyrılabilceği ve bu durumdan dolayı da vereceği hiçbir kararı ertelemeye gerek duymadığı düşünülebilir. Sporcuların duygularını kontrol edebilmesi, olumlu düşünebilmesi, imgeleme ile birlikte harekete geçme psikolojik performans stratejileri puanları arttıkça ise dışa dönüklük puanları da artmaktadır. Daha kaygılı kişiler dediğimiz Nörotisizm kişilik özelliği üzerinde çıkan sonuçlara göre sporcuların kendi kendine konuşma tarzı ya da imgeleme stratejisini kullanım şeklinin önemli olduğu görülmüştür. Araştırma bulgularına göre, sporcuların sahip oldukları psikolojik becerilerinin, kişilik özelliklerinin ve karar verme durumlarının birbirleri ile ilişkili olduğu söylenebilir. Alan

⁷Negatif düşünme ile ilgili maddeler ters puanlandığı için negatif düşünme alt boyutunun pozitif düşünme şeklinde yorumlanması gerekmektedir.

yazıda yapılan araştırma sonuçları da çalışma bulgularımızı desteklemektedir. Demir vd., (2018) tarafından yapılan çalışmada sporcuların karar verme stilleri ile mental iyi oluş düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Çıbık (2017) çalışmasında duyguların sosyal tercihler üzerinde etkisi olduğunu ve duyguların diğer kişileri ilgilendiren kararlar üzerinde sistematik bir etkisi olmadığını savunan hipotezlere karşı kanıt göstermektedir Taşgit (2012) tarafından yapılan çalışmada üniversite öğrencilerinin karar verme özsaygısı ve benlik saygısı değerleri arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tosunoğlu, Gökyürek ve Okan (2016) takım sporlarının, nörotiklik, psikotiklik, yalan ve dışa dönüklük boyutunda kişilik özelliklerini etkilediğini belirtmiştir. Şar (2016) çalışmasında katılımcıların psikolojik dayanıklılık ve kişilik özellikleri ilişkilerinin pozitif yönde orta düzeyde olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bayköse (2014) çalışmasında sporcuların kendinle konuşma imgeleme düzeylerinin optimal performans duygu durumunun önemli belirleyicileri olduğu sonucuna ulaşmıştır. Jackson, Thomas, Marsh & Smethurst (2001) yaptıkları çalışmada üç spor dalındaki rekabetçi sporcularda akış ve öz kavramının unsurları arasında pozitif ilişkiler bulunmuş ve çalışmada akış ile psikolojik beceri kullanımı arasındaki ilişkiler de beklenen yönde olmuştur. Bayköse (2017) Sporcuların motivasyonel kendinle konuşma düzeyleri arttıkça; zihinsel dayanıklılığa ilişkin güven düzeylerinin artacağını, sporcuların motivasyonel kendinle konuşma düzeyleri azaldıkça zihinsel dayanıklılığa ilişkin kontrol düzeylerinin artacağını ifade etmiştir. Ercan ve Altunay (2015) yöneticilerin kişilik özellikleri ile karar verme becerileri arasındaki ilişkinin pozitif yönde ve orta düzeyde olduğunu belirtmiştir. Yılmaz (2011) benlik saygısı düşük olan öğrencilerin karar vermede özsaygı puan ortalamalarının düşerken yüksek olan öğrencilerin ise öz güvenlerinin yükseldiğini belirtmiştir. Aynı çalışmanın kaçınan karar verme alt boyutuna bakıldığında ise benlik saygısı yükseldiğinde kaçınan karar verme davranışı düşerken benlik saygısı yüksek öğrencilerde ise kaçınan karar verme durumlarında düşüş gözlemlenmiştir. Dwek (2017) çalışmasında duygular ile karar verme biçimi arasında önemli derecede negatif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Tazegül (2015) çalışmasında stres ile başa çıkma alt boyutlarından kendine güvenli yaklaşım ile psikotizm kişilik tipi arasında, iyimser yaklaşım boyutu ile nörotizm ve psikotizm kişilik tipleri arasında, çaresiz yaklaşım boyutu ile nörotizm kişilik tipi arasında bir korelasyon olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Literatür taramasından yola çıkarak; sporcuların müsabakada ya da antrenmanda verdiği kararlarda sadece sahip olduğu fiziksel özelliklerin değil aynı zamanda sahip olduğu psikolojik becerilerinin ve kişilik özelliklerinin de önemli olduğunu görülmektedir. Spor ortamında sporcu

verdiği doğru kararda alkışlarla karşılaşırken yanlış kararlarında motivasyonunu düşürecek davranışlar ile karşılaşabiliyor. Bu olumsuz durumlar ile baş edebilmesi sporcunun psikolojik özelliklerinin ne kadar kuvvetli olduğu ile doğru orantılıdır diyebiliriz.

Sporcuların Amerikan futbol oynama yılına göre psikolojik performans stratejileri, kişilik ve karar verme ölçeği alt boyutlarında anlamlı düzeyde bir farklılık görülmemiştir. Benzer olarak, Kelecek vd., (2013) tarafından sporcuların karar verme stillerinin spor yılına göre karşılaştırılmasına yönelik yapılan analiz sonuçları ise, karar verme stillerinin spor yılına göre farklılaşmadığını göstermektedir. Çalışmamızdan farklı olarak ise Şar (2016) katılımcıların nörotiklik, gelişime açıklık ve psikolojik dayanıklılık ortalama puanlarının spor yılına bağlı olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı ve genel itibari ile spor yapma süresi arttıkça nörotiklik, gelişime açıklık ve psikolojik dayanıklılık ortalama puanlarının da arttığı sonucuna ulaşmıştır. Akbulut (2012) tarafından yapılan çalışmada, amatör futbolcular ile profesyonel futbolcular arasında karar verme becerilerinin alt boyutlarından olan özsaygı boyutunda amatör futbolcular lehine anlamlı bir farklılık görülürken kaçınan alt boyutunda ise anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Certel (2013) 1-9 yıl arası spor tecrübesine sahip olan sporcuların, 10 yıldan fazla süredir spor tecrübesine sahip olanlara kıyasla karar verme konusunda daha az öz güvene sahip olduklarını ve sorumluluk aktarma, karar verme ve aşırı dikkatli karar verme stillerini daha sık kullandıklarını belirtmiştir.

Mevkilere göre bakıldığında; hücum mevkiindeki Amerikan futbol sporcularının karar verme ölçeği alt boyutu olan karar vermede öz-saygı puanlarının savunma mevkiindeki sporcuların puanlarından anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir. Sporcuların psikolojik performans stratejileri, kişilik ve karar verme ölçeklerinin diğer alt boyutlarda ise anlamlı düzeyde bir farklılık görülmemiştir. Jiménez, Lorenzo, Saenz-Lopez ve Ibanez (2009) İspanyol basketbolcuların müsabaka sırasında karar verme süreçlerini incelemiş ve yaptığı çalışmada oyuncuların yarışma sırasında karar verme konusunda uzman olduklarını sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuca varmak için ise fikirleri, karar verme tarzları ve 1x1 ve 2x2 durumlarında nasıl hareket ettiklerine dikkat etmiştir. Ayrıca araştırmada, oyun kurucular, ileri ve orta saha oyuncular tarafından verilen kararların farklı olduğu bulunmuştur. Schaubhut, Donnay ve Thompson (2006)'nın yaptıkları çalışmada profesyonel Amerikan futbolcularının farklı pozisyonlardaki oyuncuları arasında bazı kişilik farklılıkları olduğu tespit edilmiştir. Akbulut (2012) amatör ve profesyonel erkek futbolcuların karar verme, problem çözme ve iletişim becerilerinin oynadıkları mevkiilere göre farklılaşmadığı saptanmıştır. Cameron, Cameron ve Dithurbide Lalonde (2006) buz hokeyi sporcularının oynadıkları pozisyona göre kişilik

özelliklerinin belirlenmesine yönelik 578 erkek buz hokeyi oyuncusu üzerinde yapmış oldukları araştırmada, ataktaki oyuncuların, savunmadakiler ve golcülerden daha dışa dönük, anlaşılmaz, öz disiplinden yoksun ve deneyime açık oldukları gözlenmiştir. Arıburun ve Aşçı (2005) hücum takımında oynayan oyuncuların görev yönelimi, ego yönelimi ve ustalık iklimi değerleri ile defans takımında oynayan oyuncuların değerleri arasında anlamlı fark olmadığını belirtmiş ancak Amerikan futbol oyuncularının görev yönelimli oldukları ve algılanan güdüsel iklimin takımında üstlenen rollere göre farklılaştığını ifade etmiştir.

Sakatlık geçmişi olan Amerikan futbol sporcularının karar vermede öz-sayı ve dikkatli karar verme puanlarının sakatlık geçmişi olmayan sporcuların puanlarından anlamlı düzeyde düşük olduğu görülmüştür. Diğer yandan sakatlık geçmişi olan sporcuların kaçınan karar verme, panik karar verme ve erteleyici karar verme puanlarının sakatlık geçmişi olmayan sporcuların puanlarından anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir. Sporcuların sakatlık tecrübesi ister istemez tekrar sakatlanma korkusu nedeniyle olumsuz olarak performansına yansımaktadır. Sakatlanma korkusu sporcuların antrenman ya da müsabaka sırasında karar vermekten kaçınmasına, kararları ertelemesine ya da kolay olanı seçmesine neden olabilmektedir diyebiliriz. Bununla birlikte sakatlık geçmişi olan sporcuların dışa dönüklük puanlarının sakatlık geçmişi olmayan sporcuların puanlarından anlamlı düzeyde düşük olduğu saptanmıştır. Sakatlık geçmişi olan sporcuların nörotisizm puanlarının ise sakatlık geçmişi olmayan sporcuların puanlarından anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir. Buna göre, sporcuların geçirmiş oldukları sakatlığın kişilik özelliklerine yansıdığı ve bu durumun ise sporcuların daha kaygılı ve daha içe dönük olmaya başlamalarına neden olduğu söylenebilir. Sakatlık geçmişi olan sporcuların psikolojik performans ölçeği müsabaka bölümü alt boyutlarından; hedef belirleme (müsabaka), kendi kendine konuşma (müsabaka), duygusal kontrol (müsabaka), imgeleme (müsabaka), harekete geçme (müsabaka) ve gevşeme (müsabaka) puanlarının sakatlık geçmişi olmayan sporcuların puanlarından anlamlı düzeyde düşük olduğu, negatif düşünme (müsabaka) puanlarının ise anlamlı düzeyde yüksek olduğu görülmüştür. Sakatlık geçmişi olan sporcuların psikolojik performans ölçeği antrenman bölümü alt boyutlarından; hedef belirleme (antrenman), kendi kendine konuşma (antrenman), duygusal kontrol (antrenman), imgeleme (antrenman), harekete geçme (antrenman), dikkat kontrol (antrenman) ve gevşeme (antrenman) puanlarının sakatlık geçmişi olmayan sporcuların puanlarından anlamlı düzeyde düşük olduğu belirlenmiştir. Diğer alt boyutlarda ise anlamlı düzeyde bir farklılık saptanamamıştır.

Literatür taraması sonucunda yapılan araştırmalardan; Pincivero1 ve Bompa (1997) Amerikan futbolunun, geçtiğimiz yüzyılda Kuzey Amerika'nın en popüler sporlarından biri olduğunu ve yakın zamanda Avrupa ülkelerinden destek ve daha fazla katılım aldığını ancak Amerikan futboluna katılım ile ilgili en büyük kaygılardan ikisinin, sakatlanma korkusu ve hazırlık için fiziksel talep olduğunu ifade etmiştir (s. 247). Diğer bir çalışma, Yang, Cheng, Zhang, Covassin, Heiden ve Peek-Asa (2014) depresyon ve kaygı belirtisinin Amerikan futbolcularının ileride sakatlanma tehlikesi üzerine etkisini 330 sporcu üzerinde araştırmış ve Amerikan futbolcularında depresyonun artması sporda sakatlanma olasılığı ile ilişkili çıkmış ve bu çalışmadan elde edilen sonuç ise, sakatlanma önleme çabalarının psikolojik risk faktörlerini hedef alan stratejiler içermesi gerektiğini göstermektedir. Altıntaş ve Akalan (2008)'na göre, zihinsel antrenmanların sadece müsabaka döneminde performansa olumlu etkisi yoktur. Sakatlık döneminde ya da hazırlık döneminde de sporcuların sıklıkla başvurması gereken bir kavramdır. Özellikle sakatlık döneminde gerek sporcuların içinde bulunduğu psikolojik durumu iyiye götürmek, gerekse toparlanma süresini kısaltmak adına zihinsel antrenman mutlaka uygulanması gerekli olan bir antrenman metodudur. Bütün bunlara ek olarak zihinsel antrenman kullanımı fiziksel antrenman için gerekli öğrenme süresini kısaltır, hareketin doğru yapılmasını kolaylaştırır, sakatlık riskin azaltır ve sporcunun duygularını kontrol etmesini sağlar (s. 42). Ü. Samur ve Samur (2017) spor yaralanmasına sebep olan nedenlerden birisi de psikolojiktir. Bu durum göz önüne alınırsa, spor yaralanmalarının oluşumunun nedenleri de ortadan kaldırılabılır. Ruhsal ve fiziksel işlevler ile performans kapasitesi arasındaki yakın ilişki göz ardı edilerek yapılan antrenmanlar ve yarışmalar sporcunun performansını sınırlayan ve yaralanmasına sebep olan en önemli nedenler arasındadır. Sporcunun performansını etkileyen nedenler arasında, genellikle kişilik, motivasyon, konsantrasyon, benlik algısı, kaygı ve korku sayılabilir (s. 27-28). Genel olarak araştırma sonucuna bakıldığında Amerikan futbolcuların psikolojik performans stratejileri ile karar verme ve kişilik özelliklerinin birbiri ile ilişkili olduğu özellikle psikolojik performans stratejilerini kullanan sporcuların daha net ve kendinden emin olarak karar verdikleri görülmüştür. Ayrıca sporcuların duygu düşünce gibi psikolojik özellikleri olumlu kullanabilmeleri kişilik özelliklerini değiştirebilmektedir diyebiliriz.

Kaynakça

Akbulut, A. K. (2012). *Amatör ve profesyonel erkek futbolcuların karar verme, problem çözme ve iletişim becerilerinin bazı değişkenler bakımından incelenmesi*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Altıntaş, A., & Akalan, C.** (2008). Zihinsel antrenman ve yüksek performans. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 6(1), 39-43.
- Arıburun, B., & Aşçı, F. H.** (2005). Amerikan futbolu oyuncularında hedef yönelimi ve algılanan güdüsel iklim. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 3(3) 111-114.
- Baumann, S.** (1986). *Praxis der sportpsychologie*. München: Blv Buchverlag.
- Bayköse, N.** (2014). *Sporcularda kendinle konuşma ve imgeleme düzeyinin optimal performans duygu durumunu belirlemedeki rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Bayköse, N.** (2017). *Sporcuların kendinle konuşma ve tutkunluk düzeylerinin zihinsel dayanıklılık düzeylerini belirlemedeki rolü*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bozkurt, S.** (2010). Sportif performansa psikolojik bakış. *BESBD*, 5(1), 28-37.
- Cameron, J. E., Cameron, J. M., & Dithurbide Lalonde, R. N.** (2006). Personality Traits and Stereotypes Associated with Ice Hockey Positions. *Journal of Sport Behaviour*, 35(2), 109-124.
- Certel, Z., Bahadır, Z., & Sönmez, G. T.** (2013). Investigation of empathy and self- esteem in decision making and decision- making styles among those who played team sports. *Nigde University Journal of Physical Education And Sport Sciences*, 7(1), 16-27.
- Çıbık, C. B.** (2017). *Duyguların karar verme üzerindeki etkisi: deneysel kanıt*. Yüksek Lisans Tezi, Sabancı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Demir, T. G., Namlı, S., Hazar, Z., Türkeli, A., & Cicioğlu, İ.** (2018). Bireysel ve takım sporcularının karar verme stilleri ve mental iyi oluş düzeyleri. *Cbü. Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 13(1), 176-191.
- Deniz, M. E.** (2004). Investigation of the relation between decision self-esteem, decision making style and problem solving skill of the university students. *Eurasian Journal of Educational Research*, 4(15), 23-35.
- Dwek, H. Ja Far K.** (2017). *The role of emotion in decision- making for employee selection*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Eldeleklioğlu, J.** (1999). Karar stratejileri ile ana-baba tutumları arasındaki ilişki. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(11), 7-13.
- Ercan, G., & Altunay, E.** (2015). İlkokul ve ortaokul yöneticilerinin kişilik özellikleri ile karar verme becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi (izmir ili örneği). *OMÜ Eğt.Fak.Derg.*, 34(2), 120-143.
- Erdoğan, N., & Kocaekşi, S.** (2015). Elit Sporcuların sahip olması gereken psikolojik özellikler. *Türkiye Klinikleri Journal Sports Science*, 7(2), 57-64.
- Francis, L. J., Brown, L. B., & Philipchalk, R.** (1992). The development of an abbreviated form of the Revised Eysenck Personality Questionnaire (EPQR-A): Its use among students in England, Canada, the USA and Australia. *Personality and individual differences*, 13(4), 443-449.
- Jackson, S. A., Thomas, P. R., Marsh, H. W., & Smethurst, C. J.** (2001). Relationships between flow, self-concept, psychological skills and performance. *Journal of Applied Sport Psychology*, 13, 129-153.

- Jiménez, A. C.,** Lorenzo, A., Sáenz-López, P., & Ibáñez, S. J. (2009). Decision-making of spanish female basketball team players while they are competing. *Revista de Psicología del Deporte, 18*(3), 369-373.
- Karancı, N.,** Dirik, G., & Yorulmaz, O. (2007). Eysenck kişilik anketi gözden geçirilmiş/kısaltılmış formu'nun (EKA-GGK) Türkiye'de geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Türk Psikiyatri Dergisi, 18*(3), 1-8.
- Kelecek, S.,** Altıntaş, A., & Aşçı, H. F. (2013). Sporcuların karar verme stillerinin belirlenmesi. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 8*(1), 21-27.
- Konter, E.** (1998). *Sporada psikolojik hazırlığın teori ve pratiği*. Ankara: Bağırğan.
- Mann, L.,** Radford, M., Burnett, P., Ford, S., Bond, M., Leung, K., Nakamura, H., Vaughan, G., & Yang, K. S. (1998). Cross-cultural differences in self reported decision-making style and confidence. *International Journal of Psychology, 33*(5), 325-335.
- Miçooğulları, B. O.** (2013). *6 Haftalık psikolojik beceri antrenmanı uygulamasının takım bütünlüğü, kendine güven ve kaygı düzeyleri üzerine etkisi: genç basketbol oyuncularını örneği*. Doktora Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Pincivero1, D. M.,** & Bompa, T. O. (1997). A Physiological Review of American Football. *Sports Med, 23*(4), 247-259.
- Samur, G. Ü.,** & Samur, S. (2017). *Sporada stres yönetimi ve teknikleri*. Ankara: Gazi.
- Schaubhut, N. A.,** Donnay, D. A. C., & Thompson, R. C. (2006). *Personality profiles of north american professional football players*. Poster presented at the Annual Convention of the Society for Industrial and Organizational Psychology, Dallas, TX, May 5-7.
- Şar, N. Ş.** (2016). *Spor yapan ve yapmayan bireylerin psikolojik dayanıklılık ve kişilik özelliklerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Taşgit, M. S.** (2012). *Üniversite öğrencilerinin benlik saygısı ve karar verme düzeylerinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Tazegül, Ü.** (2015). Elit düzeydeki sporcuların kişilik özellikleri ile stresle başa çıkma tarzları arasındaki ilişkinin belirlenmesi. *International Journal of Social Science, 40*, 453-461.
- Thomas, P. R.,** Murphy, S. M., & Hardy, L. (1999). Test of performance strategies: Development and preliminary validation of a comprehensive measure of athletes' psychological skills. *Journal of Sports Science, 17*(9), 697-711.
- Tosunoğlu, F.,** Gökyürek, B., & Okan, İ. (2016). Sporcu öğrencilerin spor branşlarına göre kişilik özellikleri. *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 10*(3), 488-497.
- Yang, J.,** Cheng, G., Zhang, Y., Covassin, T., Heiden, E. O. & Peek-Asa, C. (2014). Influence of symptoms of depression and anxiety on injury hazard among collegiate american football players. *Research in Sports Medicine, 22*, 147-160.
- Yılmaz, A. S.** (2011). *Üniversite öğrencilerinin karar vermede özsaygı ve karar verme stillerinin benlik saygısı ve utangaçlık açısından incelenmesi*. Selçuk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.