

Beden Eğitimi ve Sporda Akademik Araştırmalar'24 Serisi 2

Beden Eğitimi ve Sporda Akademik Araştırmalar

Editörler: Doç. Dr. Vahdet ALAEDDİNOĞLU
Dr. Öğrt. Buket Sevindik AKTAŞ
Öğr. Gör. Elanur SİNER



ÖZGÜR
YAYINLARI

Beden Eğitimi ve Sporda Akademik Araştırmalar'24 Serisi 2

Beden Eğitimi ve Sporda Akademik Araştırmalar

Editörler:

Doç. Dr. Vahdet ALAEDDİNOĞLU

Dr. Öğrt. Buket Sevindik AKTAŞ

Öğr. Gör. Elanur SİNER



Published by

Özgür Yayın-Dağıtım Co. Ltd.

Certificate Number: 45503

📍 15 Temmuz Mah. 148136. Sk. No: 9 Şehitkamil/Gaziantep

☎ +90.850 260 09 97

📞 +90.532 289 82 15

🌐 www.ozguruyinlari.com

✉ info@ozguruyinlari.com

Beden Eğitimi ve Sporda Akademik Araştırmalar

Editörler: Doç. Dr. Vahdet ALAEDDİNOĞLU • Dr. Öğrt. Buket Sevindik AKTAŞ

Öğr. Gör. Elanur SİNER

Language: Turkish

Publication Date: 2024

Cover design by Mehmet Çakır

Cover design and image licensed under CC BY-NC 4.0

Print and digital versions typeset by Çizgi Medya Co. Ltd.

ISBN (PDF): 978-625-5958-12-9

DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub641>



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

This license allows for copying any part of the work for personal use, not commercial use, providing author attribution is clearly stated.

Suggested citation:

Alaeddinoğlu, V. (ed), Aktaş, B. S. (ed), Siner, E. (ed) (2024). *Bedens Eğitimi ve Sporda Akademik Araştırmalar*.

Özgür Publications. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub641>. License: CC-BY-NC 4.0

The full text of this book has been peer-reviewed to ensure high academic standards. For full review policies, see <https://www.ozguruyinlari.com/>



Sunuş

Beden eğitimi ve spor, insan yaşamının fiziksel, zihinsel ve sosyal yönlerini geliştiren temel unsurlardan biridir. Tarih boyunca toplumların sağlıklı bireyler yetiştirme ve bireylerin yaşam kalitesini artırma hedefleri doğrultusunda beden eğitimi ve sporun önemi her zaman vurgulanmıştır. Bu bağlamda, akademik araştırmalar beden eğitimi ve spor alanında yeni bilgilerin keşfedilmesi, mevcut uygulamaların iyileştirilmesi ve toplumun bu alandaki farkındalığının artırılması için kritik bir rol oynamaktadır.

Son yıllarda, beden eğitimi ve spor bilimleri, multidisipliner bir yaklaşımla geniş bir yelpazeye yayılan konuları ele almaktadır. Fizyoloji, psikoloji, eğitim bilimleri, sosyoloji ve hatta mühendislik gibi farklı disiplinlerden faydalanarak yapılan araştırmalar, bu alanın zenginliğini ve derinliğini ortaya koymaktadır. Özellikle, sporda performans analizi, sporcu sağlığı, antrenman bilimi, motor beceri gelişimi ve fiziksel aktivitenin yaşam boyu etkileri gibi konular, akademik dünyanın dikkatini çekmiş ve bu alanlarda önemli ilerlemeler kaydedilmiştir.

Bununla birlikte, beden eğitimi ve sporun toplumsal etkileri de araştırma konuları arasında giderek daha fazla yer almaktadır. Sporun bireylerin sosyal bağlarını güçlendirmedeki rolü, engelli bireyler için fırsat eşitliği sağlama potansiyeli, kadınların spor yoluyla güçlendirilmesi ve çocuklarda erken yaşta fiziksel aktivite alışkanlıklarının kazandırılması gibi konular, bu alanın toplumsal önemini bir kez daha gözler önüne sermektedir. Bu tür araştırmalar, yalnızca bireylerin yaşamlarını iyileştirmekle kalmaz, aynı zamanda toplumların genel sağlık seviyesini ve sosyal uyumunu artırma amacına hizmet eder.

Beden eğitimi ve spor alanındaki akademik çalışmalar, uygulayıcılar ve karar alıcılar için değerli bilgiler sunmaktadır. Örneğin, öğretmenler ve antrenörler, akademik araştırmalardan elde edilen bulgular sayesinde daha etkili eğitim ve antrenman programları tasarlayabilirken; politika yapıcılar, toplum sağlığını geliştirmek ve sporu daha erişilebilir kılmak için gerekli düzenlemeleri daha bilinçli bir şekilde gerçekleştirebilirler. Bu açıdan bakıldığında, bilimsel bilgi ve pratik uygulama arasında köprü kuran akademik çalışmaların, sporun bireysel ve toplumsal faydalarını en üst düzeye çıkarmada oynadığı rol yadsınamaz.

Elinizdeki bu eser, beden eğitimi ve spor alanında yapılan akademik araştırmaların derinlemesine bir incelemesini sunmayı amaçlamaktadır. Çeşitli konularda özgün araştırmalar içeren bu çalışma hem akademik dünyaya katkı sağlamayı hem de alandaki uygulayıcılara rehberlik etmeyi hedeflemektedir. Aynı zamanda, bu eserin beden eğitimi ve spor bilimlerine ilgi duyan öğrenciler, akademisyenler ve profesyoneller için değerli bir kaynak olacağına inanıyoruz.

Bu eserin hazırlanmasında emeği geçen tüm araştırmacılara, yazarlarına ve editörlerine teşekkürü bir borç biliriz. Ayrıca, bu çalışmanın hayata geçirilmesini destekleyen tüm kurum ve kuruluşlara da minnettarız. Umarız ki bu eser, beden eğitimi ve spor alanındaki bilgi birikimini artırarak hem bireylerin hem de toplumların daha sağlıklı ve mutlu bir geleceğe ulaşmasına katkı sağlar.

Sevgi ve saygılarımla,

İçindekiler

Sunuş iii

Bölüm 1

Medyada Taraftarlığı Şekillendiren İnançlar: Fanatizm, Evangelizm ve Holiganizm 1

Gökçer Aydın

Gökhan Aydın

Bölüm 2

Yapay Zekâ ve Metaverse Teknolojilerinin Spor ve Rekreasyon Alanlarındaki Karşılaştırmalı Etkileri 13

Oğuzhan Yılmaz

Bölüm 3

Kış Sporları Sporcularının E-Spor Tutumları Üzerine Bir Araştırma 45

Murat Turan

Buğra Çağatay Savaş

Muhammet Mavibaş

Bölüm 4

Liderlik ve Spor 63

Abdullah Yıkılğan

Bölüm 5

Spor Yönetiminde Dijital Dönüşüm: Metaverse ve Teknolojinin Gücü 83

Muhammet Emin Dertli

Şükran Dertli

Bölüm 6

- Buz Hokeyinde Etik ve Fair Play: Sorunlar ve Çözümler 109
Muhammet İrfan Kurudirek

Bölüm 7

- Spor Endüstrisinde Yeşil Pazarlama 121
Gül Eda Burmaoğlu

Bölüm 8

- Olimpiyat Oyunlarında Kalabalık Yönetimi: Paris 2024 Örneği 131
Mubarrem Alparslan Kurudirek

Bölüm 9

- Herkes İçin Spor: Toplumda Hareketlilik ve Aktif Yaşamı Teşvik Etmek 143
Muhammet İrfan Kurudirek

Bölüm 10

- Yerel Yönetimler ve Spor: Türkiye ve İngiltere Üzerine Bir Karşılaştırma 161
Mubarrem Alparslan Kurudirek

Medyada Taraftarlığı Şekillendiren İnançlar: Fanatizm, Evangelizm ve Holiganizm

Gökçer Aydın¹

Gökhan Aydın²

Özet

Takım sporlarının popülaritesi 21. yüzyılda medyanın da gelişim göstermesiyle artmakta, sosyal medyanın da ortaya çıkmasıyla taraftarlık yeni bir boyut kazanmaktadır. Sosyal medya etkileşimli bir ortam yaratmasıyla müsabaka öncesi ve sonrası taraftarların paylaşım yapmasına olanak tanımaktadır. Sosyal medyada takımlarına desteklerini farklı davranış ve hareketlerle gösteren futbol taraftarlarına fanatik, evangelist ve holigan gibi söylemlerde bulunulmaktadır. Fanatizm, evangelizm ve holiganizm gibi tanımlamalar futbol taraftarlığında sıklıkla kullanılmakta ancak bu kavramların taraftarlığın hangi boyutuna işaret ettiği konusunda bir anlamsal kargaşaya yol açmaktadır. Bu noktada fanatizm, evangelizm ve holiganizm kavramlarına açıklık getirilmesi ve doğru bir şekilde kullanılması önem kazanmaktadır. Kavramlarla ilgili literatür taraması yapılarak, bu kavramların anlamları netleştirilebilir ve böylece kelimelerin daha anlaşılır ve amacına uygun şekilde kullanılması sağlanabilir.

GİRİŞ

Fanatizm

Hunt vd. (1999), bir spor hayranını, belirli bir spor dalına duyduğu büyük tutkuyla tanımlamaktadır. Bu tanıma göre, bir hayran, organize sporları tüketen bir kişi olarak kabul edilebilir. Fanatizm ise, bir kişinin bağlılık gösterdiği alana olan tutkusu ve bu bağlılığın yoğunluk derecesini ifade etmektedir (Thorne & Bruner, 2006). Thorne ve Bruner (2006), fanatizmi daha geniş bir çerçevede ele alan ilk araştırmacılar olarak görülmektedir.

1 Atatürk Üniversitesi, Kış Sporları ve Spor Bilimleri Enstitüsü, Spor Yönetimi ABD- Orcid: 0009-0005-5545-6608 e-mail: gokceraydin00@gmail.com

2 Atatürk Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü- Orcid: 0000-0001-6183-3688, e-mail: gokhan.aydin@atauni.edu.tr

Onlar, tüketici davranışları, medya tüketimi ve koleksiyonculuk gibi çeşitli fanatizm biçimlerini bütünsel bir şekilde incelemişlerdir. Yazarlar, rol yapma oyunları ve televizyon şovları gibi alanlarda yaptıkları çalışmalarda, fanatizmi “bir kişinin belirli bir kişi, grup, eğilim, sanat eseri veya fikre duyduğu ilgi ve beğeni düzeyi” olarak tanımlamaktadırlar.

Fanatizm, bireylerin veya grupların belirli değerlere derin bir duygusal bağlılık duyduğu bir durumdur. Bu bağlılık hem bireysel bir süreç hem de toplumsal bir hareket olarak ortaya çıkabilmektedir (Dwyer vd., 2015). Genellikle bu değerler, baskın kültüre ters düşer ve başkalarının değerleriyle uyum içinde olamayacak kadar derin bir düşmanlık yaratmaktadır. Fanatizm aşırılıklara, köktenci görüşlere ve terörizme yol açabilir; bu da genellikle dini veya mezhebi hareketlerle ilişkili görülmektedir. Öte yandan, bazı durumlarda, değerler geniş bir topluluk tarafından kabul edilip paylaşıldığında örneğin, opera veya sinema gibi sanatsal tutkulu alanlarda bu tür fanatizm, baskın kültürün sınırlarını aşarak onu etkileyebilmekte ve dönüştürebilmektedir (Banister & Cocker, 2014).

Fanatizm, genellikle belirli bir kişi, grup, eğilim, sanat eseri veya fikre karşı güçlü bir bağlılıkla ilişkilendirilen bir davranış olarak tanımlanmakta ve çoğu zaman olumsuz bir çağrışım taşımaktadır (Thorne & Bruner, 2006). Ünlülere, dinlere veya markalara karşı fanatik bir tutum sergileyen kişiler, genellikle dışarıdan bakıldığında mantıksız veya aptalca olarak görülmektedir (Banister & Cocker, 2014). Ancak spor seyirci kitlesi söz konusu olduğunda, fanatik davranışlar genellikle saygı görmektedir. Örneğin, bir takımı desteklemek için şehirlerarası seyahat eden hayranlar, gerçek anlamda destekçi olarak kabul edilmektedir (Clotfelter, 2015). Ayrıca, batıl inançlar veya ritüelistik davranışlar sergileyen kişiler yalnızca hoş karşılanmakla kalmaz, aynı zamanda hayranlıkla da karşılanmaktadır (McDonald & Karg, 2014).

Batıl inançlar ve ritüelistik davranışlar, fanatik davranışlarla sıkça ilişkilidir ve bu tür davranışlar, sadece etkinliklere katılmayan hayranlar arasında değil, spora ilgi duyan herkes arasında yaygın olarak görülmektedir. Bu tür davranışlar genellikle belirsizlik hipoteziyle bağlantılıdır, çünkü hayranlar, belirsizliği kontrol etme arzusuyla, batıl inançlı ritüellere başvururlar; bu ritüeller onlara bir tür kontrol hissi vermektedir (Serazio, 2013). Spor performansı üzerinde doğrudan bir etkisi olmayan hayranlar, bu ritüellere uyarak sanki performansı etkiliyorlarmış gibi hissederler ve bazı durumlarda bu ritüelleri televizyon üzerinden izledikleri maçların önemli bir parçası olduklarını düşünmektedirler (Wilson vd., 2013).

Batıl inançlı ritüelistik davranışlara örnek olarak, yenilen yiyeceklerin, giyilen kıyafetlerin, yapılan aktivitelerin ve hatta bazı lanetlerin tekrarı verilebilmektedir (Wann & Zaichkowsky, 2009). Eastman ve Riggs (1994) ayrıca, maçları genellikle yalnız izleyen taraftarların, takımlarının kazandığı maçların ardından aynı şekilde davranmaya devam ettiklerini ve bu nedenle grup halinde izlediklerinde aynı ritüelleri tekrar etmeye çalıştıklarını bulmuşlardır. Bu tür davranışların, taraftarların spor organizasyonlarıyla ilişkilendirdiği değeri artırdığı ve aynı takımın taraftarları arasında bir bağ kurarak değer yaratmalarına olanak sağladığı gösterilmiştir (Armstrong vd., 2016).

Küresel ölçekte fanatizm, birçok spor dalında kendini göstermektedir, ancak futbol, özellikle fanatik ve taraftar gruplarına sahip olan bir spor dalı olarak bilinmektedir. Futbol, sadece bir spor dalı olmanın ötesine geçmiş, bireyler için bir yaşam tarzı haline almış ve milletleri ortak bir platformda bir araya getirebilen büyük bir endüstri olmuştur. Bazı bireyler, destekledikleri takımın taraftarlarıyla veya oyuncularıyla özdeşleşirken, bazıları ise ülkelerinin başarılarıyla duydukları onur ve coşkuyu paylaşmaktadırlar. Ayrıca, futbol günümüzde devasa bir ekonomik boyuta ulaşmış, büyük miktarda paranın döndüğü bir endüstri haline gelmiştir. Sporun rekabetçi yapısı ve geniş popülaritesi, çeşitli sorunlara yol açmaktadır. Maçlar sırasında veya sonrasında ortaya çıkan nefret söylemleri ve bu söylemlerle bağlantılı şiddet olayları bu sorunların başında gelmektedir. Futboldaki nefret söylemi ve suçlarının çoğu, fanatik kişilerin etkisiyle şekillenmektedir. Futbolun rekabetçi doğası, nefret söylemlerinin önüne geçebilmek için yeni tartışmaların doğmasına neden olmaktadır (Yüçetürk & Ağın, 2022).

Medya araçları, oluşturdukları sanal ortamlar sayesinde bireylerin büyük topluluklarla zihinsel bağlar kurmasına olanak tanımaktadır. Medyanın sunduğu yönlendirmeler, insanlar üzerinde önemli bir etki yaratmaktadır. Futbol gibi spor dalları hakkında farklı bir dil kullanan medya, bireylerin düşünce biçimlerini şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır (Apsar, 2014). Sosyal medya platformları, spor hayranlarına etkili bir ses sunarak, spor pazarlamacıları ve içerik sağlayıcıları için bu hayran davranışlarını izlemek giderek daha önemli bir hale gelmiştir (Witkemper vd., 2016). Sosyal medyanın hızla gelişmesiyle birlikte artan sosyal medya platformları, sosyal medya fanatizminin büyümesine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Etkileşimin hızlı olduğu bu ortam, fanatik söylemlerin hızla yayılmasına olanak tanımaktadır. Sosyal medyada paylaşımların kısa sürede geniş bir kitleye ulaşması, rekabetçi söylemlerin çoğalmasıyla fanatizm olgusunu daha da güçlendirmektedir. Ayrıca, sosyal medya üzerinde oluşturulan fan sayfaları, benzer düşünce ve ilgi alanlarına sahip kişileri bir araya getirerek

fanatiklik düzeylerini artırmaktadır (Yıkılmaz & Öçalan, 2021). Dijital teknolojilerin gelişimine bağlı olarak sporun sürdürülebilirliğini sağlamak adına spor alanında yaşanan değişime birçok spor markası, kulübü ve sporcularda uyum sağlayarak büyük bir değişim yaşamıştır. Bu değişimde alan için bir araştırma konusu olmuştur (Dertli & Dertli, 2024).

Evangelizm

Evangelizm bir öneriden farklı olarak, ikna etme ve yayma çabası olarak ifade edilmektedir (Green, 1984). İncil’de, inanmayan bireylerde merak uyandırmak, onları teşvik etmek, ikna etmek ve iyi haberleri iletmek gibi farklı anlamlar taşıyan bir kavram olarak yer almaktadır. Evangelizm, İncil’de yalnızca yazılı ifadelerle değil, aynı zamanda eylemlerle de ilişkilendirilen ve topluma bu eylemleri aktarmayı amaçlayan bir terim olarak varlık göstermektedir. Başlangıçta dini bir anlam taşıyan evangelizm, zamanla farklı alanlarda da kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle pazarlama bağlamında, bir markaya güçlü bir bağlılık duyma ve bu bağlılığı çevresindeki kişilerle paylaşma arzusunu tetikleyen bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, evangelizm, markaların kullanıcılarına deneyim sunarak onları bu deneyimi etraflarındaki kişilerle paylaşmaya teşvik etmesini ifade etmektedir (Anggraini, 2018).

Spor organizasyonlarının en önemli hedeflerinden biri, sadık bir taraftar topluluğu meydana getirmektir. Bu nedenle, spor yönetimi alanındaki pek çok akademik araştırma, özellikle spor takımlarına olan sadakat üzerine odaklanmaktadır. Sadakat, genellikle tutumsal ve davranışsal boyutlar olmak üzere iki temel bileşene ayrılmaktadır ve bu boyutlar, sadakatin temel unsurları olarak en yaygın şekilde kabul edilmektedir. Spor takımlarına olan sadakat, bir organizasyonun büyüme ve gelişim sürecinde önemli bir rol oynar ve sadık bir taraftar kitlesi oluşturmanın temelini oluşturmaktadır. Tutumsal boyut, özellikle araştırmacıların dikkatini çeken bir alan olmuştur. Bu boyut, bir taraftarın bir takıma karşı duyduğu sürekli bağlılık olarak tanımlanabilir ve genellikle farkındalık, bağlılık, bağlanma ve psikolojik bağlılık gibi faktörlerle ölçülür. Tutumsal sadakat hem tek boyutlu hem de çok boyutlu bir yapı olarak incelenebilir ve bu yapı, taraftarların bir takıma olan duygu ve düşünsel bağlarını daha iyi anlamasına yardımcı olmaktadır (Stevens & Rosenberger, 2012).

Spor medya ürünlerinin yaygınlaşması, spor hayranlarının favori takımlarıyla kurdukları ilişkiyi önemli ölçüde dönüştürmeye başlamıştır (Sandvoss, 2003). Spor hayranlığı, yalnızca bir spor etkinliğine katılmanın ötesinde bir olgu olarak görülmektedir. Hayranlık, takım odaklı söylemler

ve maç günü törenleri gibi sosyal ritüeller aracılığıyla da sürdürülmektedir (Crawford, 2003).

Spor hayranları, sadece kimliklerini inşa etmekle kalmaz, aynı zamanda sporu sosyal performans fırsatları olarak da kullanarak daha derin bir bağ kurmaktadır. Bu bağlamda, spor yöneticilerinin geleneksel olarak etkinliklere katılım ve spor medya içeriklerinin tüketilmesi gibi davranışlara odaklanmanın ötesine geçerek, hayranların sadakatini sürdüren başka davranış biçimlerini de göz önünde bulundurmaları büyük önem taşımaktadır. İşte bu noktada, evangelizm, hayranlık ve bağlılık anlayışının başka bir boyutu olarak ortaya çıkmaktadır (Crawford, 2003).

Kang vd. (2020), tüketici ve marka arasındaki ilişkinin bilimsel toplulukta giderek daha fazla ilgi gördüğünü ve bu ilişkinin marka değeri üzerindeki etkilerinin araştırıldığını vurgulamaktadır. Dijital çağda, bu ilişkinin gücü, tüketicilerin bilgiyi hızla yayma ve geniş kitlelere ulaştırma yeteneklerinde yatmaktadır, bu da diğer tüketicilerin davranışlarını etkileme potansiyelini artırmaktadır.

Hutter vd. (2013), sosyal medyanın tüketicilerin marka farkındalığını artırdığını, ağızdan ağıza iletişime katılımı teşvik ettiğini ve gelecekteki satın alma niyetlerini olumlu yönde etkileyerek tanıtım faaliyetleri için yeni fırsatlar sunduğunu belirtmektedir. Sosyal medya, şirketlerle ve tüketicilerle olan iletişimi köklü bir şekilde değiştirmiştir. Bu değişim, özellikle evangelistlerin başkalarına ulaşma ve destekledikleri markalarla ilgili bilgi paylaşma becerilerini önemli ölçüde kolaylaştırmıştır (Doss, 2014). Sharma vd. (2021), sosyal medya tabanlı marka topluluklarının marka evangelizmini teşvik etme konusunda kritik bir rol oynadığını vurgulamaktadır.

Birçok profesyonel spor organizasyonu, genel mal ve hizmet endüstrilerinde yer alan en sadık marka evangelistlerine benzer şekilde, tutkulu bir hayran kitlesine sahiptir. Bu hayranlar, markaya yönelik görüş ve davranışlarına dayalı etkileşimli gruplar oluşturma potansiyeline sahiptir ve bu grupların, grup içindeki ve dışındaki sosyal etkileşimler aracılığıyla marka ilişkilerini güçlendirmeleri mümkündür (Dertli & Dertli 2023).

Hedlund (2014) ise, spor hayranlarının sporu yalnızca bireysel olarak izlemektense, deneyimlerini genellikle benzer düşüncelere sahip bireylerden oluşan bir ağ ile paylaşmayı tercih ettiklerini belirtmektedir. Bu süreç, bir spor hayran topluluğunun oluşmasına zemin hazırlar. Ayrıca, hayranların bir spor hayran topluluğuna katılması ve topluluğun ritüellerine, geleneklerine dahil olmaları, takımlarına yönelik olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Bu etkiler, oyunlara katılım, takım ürünlerinin satın alınması ve başkalarına takımın

oyunlarını önerme gibi davranışlarda artışa yol açmaktadır (Alaeddinoglu & Kishali, 2021).

Evangelizm kavramı, farklı alanlarda karşımıza çıkmaktadır ve spor dünyasında da önemli bir yer tutmaktadır. Spor takımlarına olan bağlılık, sadece desteklemekle sınırlı kalmaz; aynı zamanda bu takımların tanıtımını yapan, başkalarını da destekledikleri takımlara yönlendiren ve bu takımları tanıtan bireyler, spor takımı evangelisti olarak tanımlanabilir. Marka evangelizmi, dini evangelizm, politik evangelizm gibi kavramlarla paralel olarak, spor takımı evangelizmi de günümüzde varlık göstermektedir. Sosyal medya, spor takımı evangelizminin yayılmasına katkı sağlayan önemli bir araçtır. Yayma, ikna etme ve tanıtım yapma gibi temel ilkeler üzerine kurulu olan evangelizm, sosyal medya platformlarının interaktif yapısını kullanarak daha geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Bu özellik, spor takımı evangelizminin daha etkili bir şekilde topluluklar arasında yayılmasına olanak tanımaktadır.

Holiganizm

Hukuk Uygulama Sözlüğü (2019) göre, futbol holiganlığı veya genel anlamda spor holiganlığı, spor etkinlikleriyle bağlantılı olarak hem seyirci alanı içinde hem de dışında gerçekleşen saldırgan davranışların bir dizi örneği olmaktadır. Bu tür davranışlar, çoğu zaman futbola olan aşırı tutku ve rakip taraftarları küçük düşürme eğiliminden kaynaklanmakta ve dışarıdaki kişilere hem fiziksel hem de maddi zarar vermeyi amaçlamaktadır (Boda, 2019). Holiganizm, gruplar arasındaki önyargılar ve düşmanlıkların oluşumunu güçlendirdiği saldırganlık durumu olarak görülmektedir. Bu düşmanlıklar, gruplar arasında etkileşim başladığında genellikle karşılıklı saldırılara dönüşebilmektedir. Spor müsabakaları ise, bu tür gerilimlerin çatışmalara dönüşme riski taşıyan ve bu tür duyguların daha yoğun yaşandığı ortamlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Bremmers & Ferwerda, 2011).

Futbol holiganlığı, genellikle sapkın bir norm sistemi ve bazen de siyasi kutuplaşmalarla bağlantılı görülmektedir. Bu olgu, belirli kurallar ve çerçeveler içinde hareket eden, topluluklardan oluşan sapkın grupların bir araya gelmesiyle şekillenmektedir (Boda, 2019). Futbol holiganlığı, esasen maçları izleyen kişiler tarafından gerçekleştirilen şiddet içeren bir davranış biçimi olarak görülmektedir. Bu tür eylemler, vandalizm ve saldırgan davranışların bir araya geldiği bir durumdur ve genellikle genç bireyler arasında daha yaygın olmaktadır. Bu şiddet, spor tesislerinin hem içinde hem de dışında meydana gelebilmektedir (Roversi, 1990). Futbol holiganlığı, genellikle futbol maçlarıyla ilişkili her türlü suç ve düzensizliği kapsayan geniş bir terim olarak kabul edilir. Bu terim, fiziksel saldırılar ve vandalizm gibi eylemleri içermekle birlikte, sıklıkla hakaret edici ya da ırkçı dil kullanımı

gibi sözlü saldırıları da içerir. Holiganlığın kültürler arası farklılıklar ve zamanla değişen dinamikleri göz önüne alındığında, literatürde holiganlığın tam olarak neyi kapsadığına dair kesin ve net bir tanım bulunmamaktadır (Spaaij, 2007).

Kuzey İrlanda'da holiganizm, dini mezhepler temelinde gruplar arasında bölünmeye yol açarken, İngiltere'deki gruplar ise genellikle sosyal sınıf farklılıklarına dayanarak ayrılmaktadır (Dunning, 2000). İspanya'da ise, Madrid'deki merkezi otoriteler ile Bask Bölgesi ve Katalonya'daki etnik azınlıklar arasındaki siyasi çatışmalar, holiganizmin temel dinamiklerini şekillendirmektedir (Spaaij, 2007). Ancak, Hollanda'da bu tür politik, dini ve sosyo-ekonomik farklılıklar holiganizm bağlamında pek belirgin bir şekilde gözlemlenmemektedir (Bremmers & Ferwerda, 2011). Holiganizmin farklı ülkelerdeki yansımaları arasındaki çeşitlilik, olguyu ülkeler arasında karşılaştırmayı güçleştirmektedir. Bunun yanı sıra, holiganlık ülke içindeki farklı ligler, coğrafi bölgeler ve kulüpler arasında da farklı şekillerde kendini göstermektedir. Tüm bu faktörler, hükümetlerin holiganizmle mücadele yöntemlerinde de çeşitliliğe yol açmaktadır (Spaaij, 2005).

İngiltere'deki medya, 1960'ların ortalarından itibaren futbol tribünlerinde görülen şiddet ve anti-sosyal davranışları, genellikle "akılsız haydutlar" ve "pislikler" gibi etiketlerle sansasyonel bir şekilde sunarak bu konuya odaklanmıştır. Bu medya eğilimi, İngiliz taraftarlarının yurtdışında gerçekleştirdiği aşırı hiddet olaylarını da kapsamaktadır. Futbol taraftarları arasındaki şiddet ve anti-sosyal davranışlar, genellikle "futbol holiganlığı" ya da bazen "İngiliz hastalığı" gibi terimlerle tanımlanır. 1960'lı yıllardan itibaren medya ve politikacılar, özellikle İngiliz futbolu ile ilişkilendirilen bu sapkın davranışları bu popülist terimler aracılığıyla tanımlamışlardır (Dunning, 2000).

Sporla ilgili medya dili ve söylemleri giderek daha fazla önem arz etmektedir. Medya, değişik olanı sıradan, normal ve yayılabilir hale getiren güçlü bir iletişim aracıdır. Özellikle yeni medya araçları, etkileşimin hızla gerçekleştiği bir ortamda, nefret söylemlerinin hızla yayılmasına ve paylaşılmasına olanak tanımaktadır (Apsar, 2014). Futboldaki şiddetin yayılmasında da medya önemli bir rol oynamaktadır; çünkü kulüp yöneticileri ve spor muhabirleri, şiddeti normalleştiren ve olayları görmezden gelen açıklamalar yapabilmektedir. Bu tür söylemler, halk arasında kullanılan futbol diliyle birleşerek, medya aracılığıyla geniş kitlelere yayılır ve toplumda yaygın olarak kabul edilen kelimeler olarak karşımıza çıkmaktadır (Talimciler, 2014).

SONUÇ

Sosyal medyada sıkça karşılaşılan fanatizm, evangelizm ve holiganizm gibi kavramlar genellikle bireyler arasında karıştırılmaktadır. Sporda fanatizm, kişinin takımına büyük bir sevgi ve bağlılık gösterdiği, takımının maçlarını düzenli bir şekilde takip edip yoğun bir şekilde desteklediği bir taraftarlık biçimi olarak tanımlamak mümkündür. Evangelizm ise, sadece takımını desteklemekle kalmayıp, takımın tanıtımını yapan ve diğer kişileri de bu takımı tutmaya ikna etmeye çalışan bir taraftarlık anlayışıdır. Holiganizm ise, takımı sevmenin ve desteklemenin ötesine geçerek, rakip takım taraftarlarına yönelik nefret içeren söylemler ve agresif tutumlar sergileyen bir taraftarlık biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya üzerinde faaliyet gösteren fan hesapları, taraftarların etkileşim içinde olmalarına ve takım sevgilerini paylaşmalarına olanak tanır. Bu etkileşimler, bazı durumlarda fanatik bir bağlılık gösteren, sevgi ve destek içeren paylaşımlar şeklinde olurken, diğer yandan taraftar grupları arasında nefret ve düşmanlık içeren, holiganizmi yansıtan paylaşımlar da görülebilmektedir.

Kaynakça

- Alaeddinoglu, V., & Kishali, N. F. (2021). Evaluation of the Awareness of University Students about the Olympic Games. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 11(3), 343-364.
- Anggraini, L. (2018). Understanding brand evangelism and the dimensions involved in a consumer becoming brand evangelist. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 2(1), 63-84.
- Apsar, M. (2014). Dijital medyada fanatizm: Futbola ilişkin sosyal ağlarda nefret söylemi (Tez No. 375047) [Yüksek lisans tezi, Galatasaray Üniversitesi-İstanbul]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Armstrong, C. G., Delia, E. B., & Giardina, M. D. (2016). Embracing the social in social media: An analysis of the social media marketing strategies of the Los Angeles Kings. *Communication & Sport*, 4, 145-165.
- Banister, E. N., & Cocker, H. L. (2014). A cultural exploration of consumers' interactions and relationships with celebrities. *Journal of Marketing Management*, 30, 1-29.
- Boda, J., Virányi, G., & Beregnyei, J. (2019). Rendészettudományi szaklexikon. A Ludovika Egyetemi Kiadó a Nemzeti Közszołgálati Egyetem könyvkiadója.
- Bremmers, B., & Ferwerda, H. (2011). Ultras. Sfeermakers of Vechtjassen? Arnhem: Bureau Beke. Centraal Informatiepunt Voetbalvandalisme (CIV).
- Clotfelter, C. T. (2015). Die-Hard fans and the ivory tower's ties that bind. *Social Science Quarterly*, 96, 381-399.
- Crawford, A. (2003). The Career of the sports supporter: The case of the Manchester storm. *Sociology*, 37, 219-237.
- Dertli, Ş., & Dertli, M. E. (2024). Metaverse'ün Disiplinlerarası Görünümü: Lisansüstü Tez Çalışmalarının Bibliyometrik Profili. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*, 14(2), 493-521.
- Dertli, Ş., & Dertli, M. E. (2024). Sporun Sürdürülebilirlik ve Dijital Teknoloji Üzerindeki Rolü: Bibliyometrik Bir Analiz. *Spor Yönetiminde Sürdürülebilirlik ve Nitel Araştırmalar*, 83.
- Doss, S. K. (2014). Spreading the good word: Toward an understanding of brand evangelism. In Dato-on, M. C. ed., *The Sustainable Global Marketplace, Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*, Cham.: Springer.
- Dunning, E. (2000). Towards a sociological understanding of football hooliganism as a world phenomenon. *European Journal on Criminal Policy and Research*, 8, 141-162.

- Dwyer, B., Greenhalgh, G. P., & LeCrom, C. W. (2015). Exploring fan behavior: Developing a scale to measure sport eFANgelism. *Journal of Sport Management, 29*, 642-656.
- Dwyer, B., LeCrom, C., & Greenhalgh, G. P. (2018). Exploring and measuring spectator sport fanaticism. *Communication & Sport, 6*(1), 58-85.
- Eastman, S. T., & Riggs, K. E. (1994). Televised sports and ritual: Fan experiences. *Sociology of Sport Journal, 11*, 249-274.
- Fuschillo, G. (2020). Fans, fandoms, or fanaticism? *Journal of Consumer Culture, 20*(3), 347-365.
- Green, M., (1984). What is evangelism? *The Asbury Journal, 39*(2), 34-42.
- Hutter, K., Hautz, J., Dennhardt, S., & Füller, J. (2013). The impact of user interactions in social media on brand awareness and purchase intention: The case of MINI on Facebook. *Journal of Product & Brand Management, 22*(5/6), 342-351.
- Kang, J., Kwun, D. J., Hahm, J. J. (2020). Turning your customers into brand evangelists: Evidence from cruise travelers. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 21*(6), 617-643.
- McDonald, H., & Karg, A. J. (2014). Managing co-creation in professional sports: The antecedents and consequences of ritualized spectator behavior. *Sport Management Review, 17*, 292-309.
- Roversi, A. (1990). Football violence in Italy. *International Review for the Sociology of Sport, 4*, 311-331.
- Sandvoss, C. (2003). *A game of two halves: Football, television and globalization*. London: Routledge.
- Serazio, M. (2013). The elementary forms of sports fandom: A Durkheimian exploration of team myths, kinship, and totemic rituals. *Communication & Sport, 1*, 303-325.
- Sharma, P. et al. (2021) "Investigating Brand Community Engagement and Evangelistic Tendencies on Social Media", *Journal of Product & Brand Management, 31*(1), 16-28.
- Spaaij, R. (2005). The prevention of football hooliganism: A transnational perspective. In J. Aquesolo (Ed.), *Actas del X Congreso Internacional de Historia del Deporte* (pp. 1-10). Seville: CESH
- Spaaij, R. (2007). Football hooliganism as a transnational phenomenon: Past and present analysis: a critique – more specificity and less generality. *The International Journal of the History of Sport, 24*(4), 411-431.
- Spaaij, R. (2007). Football hooliganism in the Netherlands: patterns in continuity and change. *Soccer & Society, 8*(2/3), 316-334.

- Stevens, S., & Rosenberger, P.J. (2012). The influence of fan involvement, following sport and fan identification on fan loyalty: An Australian perspective. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 13, 220–234.
- Talimciler, A. (2014). *Türkiye’de futbol fanatizmi ve medya ilişkisi*. Bağlam Yayınları.
- Thorne, S., & Bruner, G. C. (2006). An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 9, 51–72.
- Wann, D. L., & Zaichkowsky, L. (2009). Sport team identification and belief in team curses: The case of the Boston Red Sox and the Curse of the Bambino. *Journal of Sport Behavior*, 32, 489–502.
- Wilson, S. M., Grieve, F. G., Ostrowski, S., Mienaltowski, A., & Cyr, C. (2013). Roles of team identification and game outcome in sport fan superstitious behavior. *Journal of Sport Behavior*, 34, 417–429.
- Yıkılmaz, A., & Öçalan, M. (2021). *Süper lig futbol taraftarlarının takımlarına yönelik psikolojik bağlılık düzeyleri ile fanatizm düzeyleri ilişkisi*. Efe Akademi Yayınları.
- Yüçetürk, C., & Ağın, B. (2022). Sporcuların perspektifinden sosyal medyada siber zorbalık. *Tırt Akademi*, 7(14), 154-181.

Yapay Zekâ ve Metaverse Teknolojilerinin Spor ve Rekreasyon Alanlarındaki Karşılaştırmalı Etkileri

Oğuzhan Yılmaz¹

Özet

Bu araştırma, metaverse ve yapay zekâ teknolojilerinin rekreasyon ve spor alanlarındaki etkilerini karşılaştırarak her iki alandaki araştırma eğilimlerini ve bu alanlar arasındaki etkileşimleri incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, metaverse ve yapay zekâ teknolojilerinin rekreasyon ve spor alanlarındaki etkilerini anlamak için iki bibliyometrik analiz gerçekleştirilmiştir. İlk olarak, rekreasyon, metaverse ve yapay zekâ konularındaki yayınlara ulaşmak için Web of Science veritabanında tarama yapılmış ve 70 makale incelenmiştir. İkinci olarak ise, spor, metaverse ve yapay zekâ konularındaki yayınlar için başka bir tarama yapılmış ve 1.046 makale analiz edilmiştir. İlgili literatürde metaverse ve yapay zekâ teknolojilerinin rekreasyon ve spor alanlarındaki etkilerini karşılaştıran bir çalışmaya rastlanılmaması bu çalışmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır. Araştırmanın sonuçları, metaverse ve yapay zekânın son yıllarda önemli bir artış gösterdiğini ve her iki alanda yapılan araştırmaların küresel işbirliği ile gerçekleştirildiğini ortaya koymaktadır. 2024 yılı, en fazla araştırma yapılan yıl olarak dikkat çekmektedir. Yıllık büyüme oranları ve atıf analizleri, bu alanlardaki akademik ilginin giderek arttığını göstermektedir. Araştırmalar, metaverse ve yapay zekâ teknolojilerinin sadece teknik değil, aynı zamanda sosyal, psikolojik ve fiziksel boyutlarıyla kullanıcı deneyimlerini geliştirme ve performansı artırma potansiyelini vurgulamaktadır. Ayrıca, metaverse ve yapay zekâ ile ilişkili temel anahtar kelimelerin her iki alanda da önemli temalar oluşturduğu belirlenmiştir. Rekreasyon alanında sanal gerçeklik ve makine öğrenmesi, spor alanında ise makine öğrenmesi, yapay zekâ ve performans analizi en fazla tercih edilen kelimeler olmuştur. Sonuç olarak, bu teknolojilerin rekreasyon ve spor alanlarında giderek daha fazla kullanıldığı ve bu alandaki araştırmaların hızla arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Gelecekte, bu teknolojilerin daha fazla entegre edilmesi ve disiplinler arası araştırmalarla yeni fırsatlar sunulması beklenmektedir.

1 Atatürk Üniversitesi, Kış Sporları ve Spor Bilimleri Enstitüsü, Spor Yönetimi, Erzurum, TÜRKİYE, e-posta: oguzhanyilmazo@hotmail.com- ORCID: 0009-0009-7969-7667

GİRİŞ

Spor, çeşitli şekillerde tanımlanabilse de en yaygın tanımlardan biri, belirli kurallar dahilinde fiziksel ve zihinsel mücadelelerin yer aldığı, branşlara göre düzenlenen rekabetçi etkinliklerdir (Yılmaz, 2023). İlgilenenler bakımından yarışma kazanmaya yönelik fiziksel, zihinsel ve teknik bir amaç; seyredenler açısından, estetik duygu ve heyecan edindiren bir ilerleme süreci; tamamlayıcılık açısından ise anatomi, fizyoloji, ortopedi, psikoloji, biyomekanik ve bunun gibi bilim alanlarının etkisi ile ilerleyen, süregelen bilimsel bir kavramdır (Erkal, 1992). Spor, insanlık tarihinin başlangıcından bu yana devam eden bir fiziksel gelişim ve eğitim sürecidir (Alaeddinoğlu ve Kaya, 2016). Başka bir ifadeyle spor, bireyin çevresini, insani çevreye uyumlu hale getirirken edindiği birikimleri geliştiren birtakım kurallar dâhilinde araçlı veya araçsız, bireysel veya bir grupla beraber, boş vakit veya bütün zamanını alacak bir biçimde meslek edinerek uyguladığı sosyalleştirici, ruh ve fizik bakımından ilerlemekte olan rekabetçi, dayanışmacı ve kültürel bir olgudur (Ünal, 2003). Sporun kavramsal anlaşımı, genellikle tarihi olgulara bağlı ve bir defada her şeyi içine alacak şekilde belirlenmemektedir. Bu anlamda spor genellikle; amatör spor, profesyonel spor, performans sporu, elit spor, rekreasyonel spor, herkes için spor, yaşam boyu spor, silahlı kuvvetlerde spor gibi isimlerle özdeşleştirilen ifadelerle anlaşılmaktadır. Bu şekilde spor, karakteristiğini, faaliyetin içeriğindeki anlamın değişmesinden kazanmaktadır (Gökdeniz, 1994).

Rekreasyon Kavramı Rekreasyon (recreatio) kelimesi Latince “re-creare” kelimesinden türemiştir ve yeniden yaratmak, tazelenmek anlamına gelmektedir (Suiçmez, 2000). Ayrıca bu terim gücün tazelenmesi, canlanma veya yeniden doğuş anlamlarına da gelmektedir. Rekreasyon, esasen “yenilenen” bir deneyimdir, işten ve günlük yaşamdan farklı, ferahlatıcı bir değişiklik rutini olarak ifade edilmektedir (Jensen & Naylor, 1983). Rekreasyon, bireyin öz benliği ile uyum içinde olan ve yapmaktan hoşlandığı toplumsal, kültürel ve sportif etkinlikleri gönüllü olarak katılım sağlayarak, bireyin içinde bulunduğu sıradan yaşamın sıkıcılığından kurtulması ve diğer bireylerle iletişim sağlayarak toplumsal bir kişilik kazanması, özünde ödül niteliği taşıyan ancak kâr amacı hedeflemeyen, doğası gereği sosyal nitelik taşıyan etkinlikleri kapsamaktadır (Butcher, 1987; Sandıkçı, 2017).

Spor, rekreasyonun en kapsamlı, çeşitli ve ilgi çeken alanlarından birini oluşturmaktadır. Spor ve rekreasyon karşılıklı olarak birbirlerini etkiler. Spor, insanların rekreatif ihtiyaçlarını karşılamada önemli bir hareket alanı sağlarken, rekreasyonda sporun toplumda yaygınlaşması, tanınması ve sportif başarılar elde edilmesinde önemli roller üstlenmiştir (Başoğlu, 2011).

Günümüzde teknolojik ilerlemeler, spor, rekreasyon gibi birçok alanda köklü değişimlere yol açmaktadır. Son yıllarda gerçekleştirilen başarılı projeler ve elde edilen gelişmeler, bu alanlara olan ilgiyi her geçen gün artırmaktadır. Özellikle Yapay Zekâ (YZ) teknolojileri, spor, rekreasyon ve eğitim alanlarını geleneksel yöntemleri önemli ölçüde dönüştürmekte ve yeni bir paradigma oluşturmaktadır (Çakır vd., 2023). Yılmaz (2022)'a göre teknolojideki ilerlemeler, spor ve egzersiz bilimlerinde önemli yeniliklerin yaşanmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla dijital teknolojiler, spor organizasyonlarının daha verimli yönetilmesinden sportif faaliyetlerin izlenebilirliğinin artırılmasına kadar birçok fayda sağlamaktadır; bununla birlikte, dijitalleşme ve sürdürülebilir malzeme kullanımının teşvik edilmesi çevresel etkilerin azaltılması, enerji verimliliği ve atık yönetimi açısından önemli katkılar sunmaktadır (Dertli ve Dertli, 2024a). Metaverse ise, Türkçe'de "öteevren" olarak adlandırılabilir, son yıllarda büyük bir popülerlik kazanan ve hızla yayılarak dikkat çeken bir kavram olup, teknolojik olarak hızla gelişen ve sınırları henüz tam olarak belirlenemeyen bir alan olma özelliği taşımaktadır (Demir, 2024). Metaverse teknolojisi, sunduğu fırsatlar sayesinde son yıllarda uluslararası işletmelerin ilgisini çekmeyi başararak günümüzün en çok dikkat çeken konularından biri haline gelmiştir (Özcan, 2024). Metaverse teknolojisinin spor sektöründe geniş bir etki uyandırmaktadır. Bunun temel nedeni, sporun eğitim, eğlence ve oyun gibi unsurlarla sıkı bir bağ kurmuş olması ve ayrıca, spora katılımın hem yarışmacı hem de izleyici olarak mümkün olmasıdır. Metaverse'ün sporla ilgili birçok farklı kullanım olanağı bulunmakla birlikte, en çok akla gelen alanlar ise sporcuların performanslarını geliştirmeye yönelik uygulamalar, beceri eğitimleri, teknik ve taktik çalışmalar gibi çeşitli alanlardır (Kalkan, 2021). Dolayısıyla Metaverse teknolojisinin, spor, rekreasyon, eğitim gibi farklı alanlarda önemli bir rol oynaması beklenmektedir. Yeni teknolojilerin faydaları kadar zararları da göz önünde bulundurulması son derece önem arz eden bir konudur. Özellikle üniversite öğrencilerinin bu konuda sahip olduğu farkındalık, bilgi ve tutumlar, teknolojinin toplumda ne kadar kabul göreceğini gösterebilir. Henüz tam olarak şekillenmemiş olsa da, Metaverse teknolojisinin farklı sektörlerde kullanılacağı ve hayatımızda önemli bir yer edineceği düşünülmektedir. Bu konuda yapılan araştırmalar, literatürde yer bulmaya devam etmektedir (Çakır vd., 2022). Spor ve rekreasyon alanlarında Metaverse kullanımının başlıca zorlukları, VR ve AR teknolojilerinin maliyetleri ve erişilebilirliğinin sınırlı olmasıyla birlikte, çok sayıda kullanıcıyı aynı anda barındırabilme gerekliliği nedeniyle ölçeklenebilirlik sorunu da bulunmaktadır. Ancak, bu zorluklara rağmen Metaverse, spor etkinliklerini deneyimleme ve etkileşimde bulunma biçimimizi dönüştürme

potansiyeline sahiptir. Eğlence, eğitim ve öğretim alanlarında yeni fırsatlar sunabilir ve dünya çapındaki insanları sanal ortamda bir araya getirebilir. Bu yeni teknolojilerin etik ve sosyal etkileri dikkatle değerlendirilerek, sporda kapsayıcı ve erişilebilir bir Metaverse ortamı oluşturulması önemlidir (Akkaya vd.,).

Bu araştırmanın temel amacı, metaverse ve yapay zekâ teknolojilerinin rekreasyon ve spor alanlarındaki etkilerini karşılaştırmaktır. Çünkü rekreasyon ve spor, teknoloji uygulamaları açısından benzer dinamikler taşıırken, her iki alanda teknolojilerin kullanım biçimleri farklılık gösterebilmektedir. Bu yüzden metaverse ve yapay zekânın rekreasyon ve spor alanlarındaki etkilerini karşılaştırmak, her iki alanda teknoloji kullanımının nasıl şekillendiğini ve gelecekte nasıl gelişeceğini daha net bir şekilde anlamamıza olanak tanımaktadır. Rekreasyon, sanal gerçeklik, makine öğrenimi ve simülasyon gibi kavramlarla yoğun bir şekilde ilişkilendirilirken, spor alanında performans analizi, güvenlik ve sanal gerçeklik ön plana çıkmaktadır. Bu karşılaştırma, her iki alanın teknolojiye nasıl adapte olduğunu, kullanıcı deneyimlerini iyileştirme ve daha kişiselleştirilmiş hizmetler sunma noktasında farklı fırsatlar sunduğunu ortaya koymaktadır. İlgili literatürde metaverse ve yapay zekâ teknolojilerinin rekreasyon ve spor alanlarındaki etkilerini karşılaştıran bir çalışmaya rastlanmadığı için bu çalışma son derece önem arz etmektedir. Dolayısıyla bu çalışma, metaverse ve yapay zekânın rekreasyon ve spor alanlarında nasıl farklı şekillerde entegre edildiğinin ortaya koyulması bakımından özgün bir çalışmadır.

YÖNTEM

Bu araştırma nitel araştırma yöntemlerinden biri olan bibliyometrik analiz tekniği kullanılarak çözümlenmiştir (Dertli & Dertli, 2024b). Bibliyometrik analiz; bilimsel çalışmaların seyri konusunda değerlendirme yapılabilmesine ve araştırılmamış ya da yeterli sayıda incelenmemiş konulara yeni bir bakış açısı kazandırılmasına katkı sağlayan bir yöntemdir (Dertli & Dertli, 2024). Bu çalışmada, metaverse ve yapay zekâ uygulamalarının rekreasyon ve spor alanlarındaki etkisine yönelik iki ayrı bibliyometrik analiz gerçekleştirilmiştir. Bu süreç 30.11.2024 tarihinde Web of Science (WoS) veri tabanının gerçekleştirilen taraması kısmından elde edilen veri setleri üzerinden gerçekleştirilmiştir.

- İlk olarak rekreasyon, metaverse ve yapay zekâ konulu yayınları ele alan çalışmalara ulaşmak için WoS'un gelişmiş tarama kısmında TS (Başlık, özet, anahtar kelime artı ve yazar anahtar kelimeleri) seçilerek Recreation*, Metaverse*, Virtual Reality*, Augmented

Reality*, Virtual World*, 3D Environment*, Artificial Intelligence*, AI, Machine Learning*, Deep Learning*, Neural Network*, AI Algorithm* anahtar kelimeleriyle “Hospitality Leisure Sport Tourism (Misafirperverlik Eğlence Spor Turizmi)” - “Sport Sciences (Spor Bilimleri)” Web of Science kategorileri altında bir arama yapılmıştır. Arık vd., (2024)’ün çalışmasında olduğu gibi arama yapılırken “and”, “or” operatörü kullanılmıştır. Tarama sonucunda elde edilen 70 adet veri seti bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir

- İkinci olarak, aynı Web of Science kategorileri altında [“Hospitality Leisure Sport Tourism (Misafirperverlik Eğlence Spor Turizmi)” veya “Sport Sciences (Spor Bilimleri)"] spor, Metaverse ve yapay zekâ konulu yayınlar için; Sport*, Metaverse*, Virtual Reality*, Augmented Reality*, Virtual World*, 3D Environment*, Artificial Intelligence*, AI, Machine Learning*, Deep Learning*, Neural Network*, AI Algorithm* anahtar kelimeleriyle “and”, “or” operatörü kullanılarak gelişmiş bir tarama gerçekleştirilmiştir. Yapılan tarama sonucu elde edilen 1.046 veri seti bibliyometrik analiz yöntemi ile analiz edilmiştir.

Ana bilgiler, yıllık bilimsel üretim, yıllık ortalama atf, web of science endeksi, yayın dili, üç alan analizi, tematik evrim ilgili yazarların ülkeleri, en çok atf alan ülkeler, ülkelerin işbirliği dünya haritası, ülkelerin işbirliği dünya haritası. kurumların, ülkelerin ve kaynakların bibliyometrik eşleştirme analizi, referansların ortak atıfları, ortak kelimeler bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir.

BULGULAR

Bu bölümde, metaverse ve yapay zekânın rekreasyon ve spor alanlarındaki uygulamalarıyla ilgili daha önce gerçekleştirilen çalışmaların bibliyometrik bir karşılaştırması sunulmaktadır. Elde edilen bulgular, bu iki teknolojinin her iki alandaki araştırma trendlerini ve gelişim süreçlerini detaylı bir şekilde incelemektedir. Bu kapsamda ilk olarak araştırmanın birinci problemi olan “rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” son olarak ikinci problemi olan “sporun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” sunulmuştur.

Ana bilgilere göre bulgular.

Bu bölümde araştırmanın birinci problemi olan “rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ve ikinci problemi olan “sporun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi”ne dair elde edilen ana bilgilere yer verilmiştir.



Şekil 1. Birinci probleme yönelik ana bilgiler.

Şekil 1'de rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisinin 1994-2024 yılları arasında ele alındığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte çalışmaların 50 kaynak, 70 belge, 261 yazar, 10 tek yazarlı belge yazarı, 3542 referans ve 298 yazar anahtar kelimelerine sahip olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda bu araştırmaların %10.11 yıllık büyüme oranına, %28.57 uluslararası ortak yazarlık oranına, 3.77 belge başına ortak yazarlık oranına, 5.09 belge ortalama yaş oranına sahip olduğu görülmüştür.

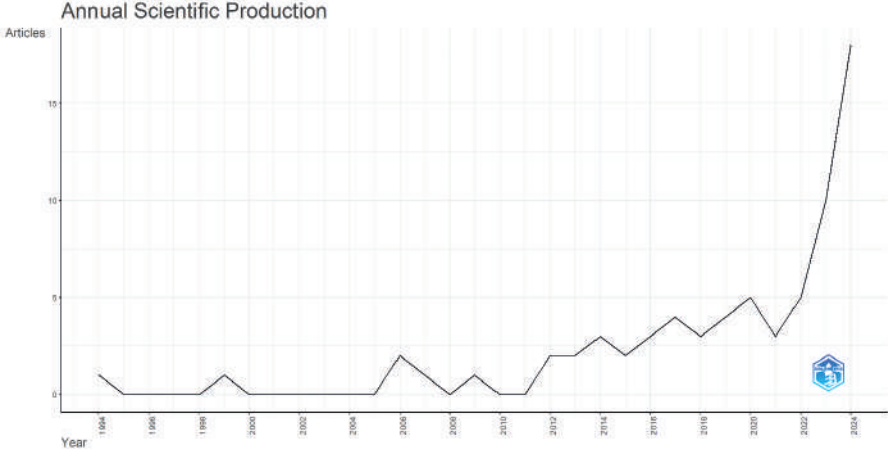


Şekil 2. İkinci probleme yönelik ana bilgiler.

Şekil 2'de sporun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisinin 1986-2025 yılları arasında ele alındığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte çalışmaların 197 kaynak, 1046 belge, 3731 yazar, 107 tek yazarlı belge yazarı, 35831 referans ve 2871 yazar anahtar kelimelerine sahip olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda bu araştırmaların %5.12 yıllık büyüme oranına, %29.45 uluslararası ortak yazarlık oranına, 4.35 belge başına ortak yazarlık oranına, 3.84 belge ortalama yaş oranına sahip olduğu görülmüştür.

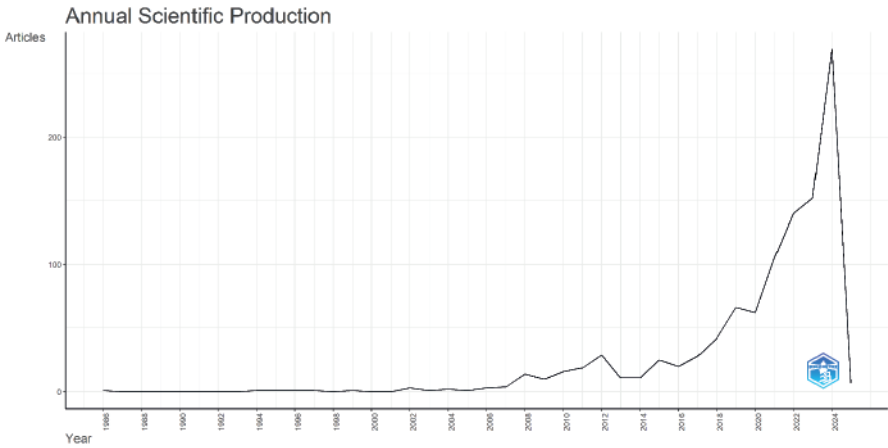
Yıllık bilimsel üretim değerlerine göre bulgular.

Bu bölümde araştırmanın birinci problemi olan “rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ve ikinci problemi olan “sporun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi”ne dair elde edilen yıllık bilimsel üretim değerlerine yer verilmiştir.



Şekil 3. Birinci probleme yönelik yıllık bilimsel üretim değerleri.

Şekil 3’de rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların yıllık bilimsel üretim değerlerinin en fazla 2024 (f: 18), 2023 (f: 10), 2020 (f: 5), 2022 (f: 5), 2017 (f: 4), 2019 (f: 4), 2014 (f: 3), 2016 (f:3), 2018 (f:3), 2021 (f:3) yıllarına ait olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

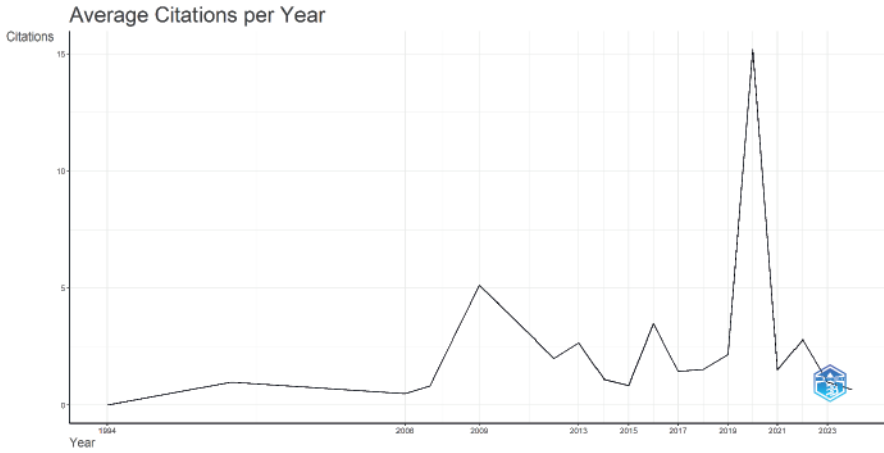


Şekil 4. İkinci probleme yönelik yıllık bilimsel üretim değerleri.

Şekil 4’de sporun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların yıllık bilimsel üretim değerlerinin en fazla 2024 (f: 269), 2023 (f: 152), 2022 (f: 140), 2021 (f: 105), 2019 (f: 66), 2020 (f: 62), 2018 (f: 42), 2012 (f: 29), 2017 (f: 28), 2015 (f: 25) yıllarına ait olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

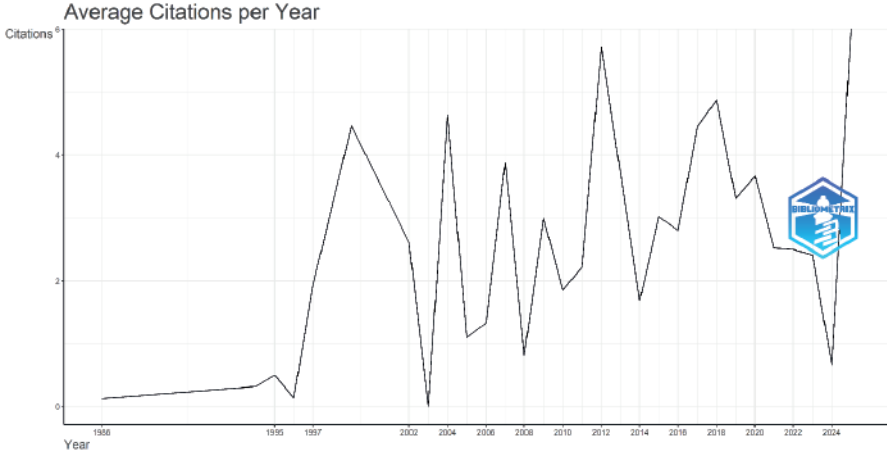
Yıllık ortalama atıf değerlerine göre bulgular.

Bu bölümde araştırmanın birinci problemi olan “rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ve ikinci problemi olan “sporun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi”ne dair elde edilen yıllık ortalama atıf değerlerine yer verilmiştir.



Şekil 5. Birinci probleme yönelik yıllık ortalama atıf değerleri.

Şekil 5’de rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların yıllık ortalama atıf değerlerinin en fazla 2020 (OrtalamaTC/Yıl: 15.20), 2009 (OrtalamaTC/Yıl: 5.12), 2016 (OrtalamaTC/Yıl: 3.48), 2022 (OrtalamaTC/Yıl: 2.80), 2013 (OrtalamaTC/Yıl: 2.67), 2019 (OrtalamaTC/Yıl: 2.17), 2012 (OrtalamaTC/Yıl: 2.00), 2018 (OrtalamaTC/Yıl: 1.52), 2021 (OrtalamaTC/Yıl: 1.50), 2017 (OrtalamaTC/Yıl: 1.44) yıllarına ait olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

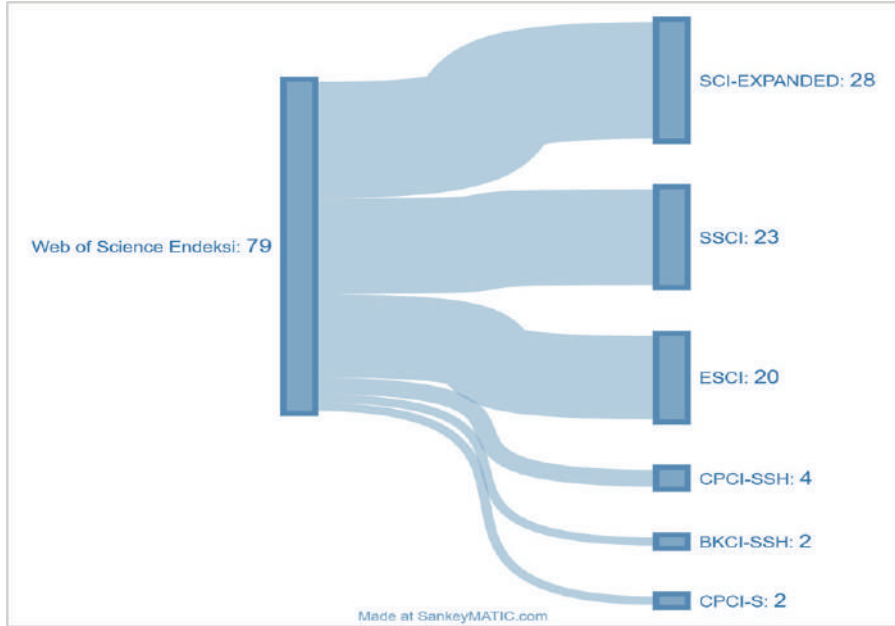


Şekil 6. İkinci probleme yönelik yıllık ortalama atıf değerleri.

Şekil 6’da sporun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların yıllık ortalama atıf değerlerinin en fazla 2012 (OrtalamaTC/Yıl: 5.72), 2018 (OrtalamaTC/Yıl: 4.87), 2004 (OrtalamaTC/Yıl: 4.64), 1999 (OrtalamaTC/Yıl: 4.46), 2017 (OrtalamaTC/Yıl: 4.45), 2007 (OrtalamaTC/Yıl: 3.88), 2013 (OrtalamaTC/Yıl: 3.71), 2020 (OrtalamaTC/Yıl: 3.66), 2019 (OrtalamaTC/Yıl: 3.31), 2015 (OrtalamaTC/Yıl: 3.02) yıllarına ait olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

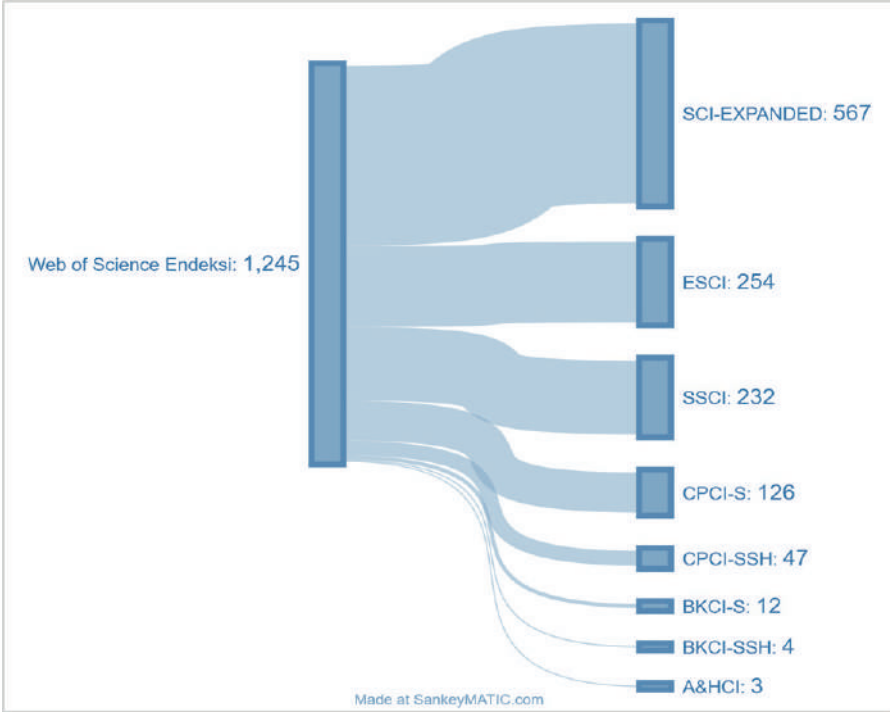
Web of Science endeks değerlerine göre bulgular.

Bu bölümde araştırmanın birinci problemi olan “rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ve ikinci problemi olan “sporun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi”ne dair elde edilen Web of Science endeks değerlerine yer verilmiştir.



Şekil 7. Birinci probleme yönelik Web of Science endeks değerleri.

Şekil 7'de rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED) (f: 28), Social Sciences Citation Index (SSCI) (f: 23), Emerging Sources Citation Index (ESCI) (f: 20). Conference Proceedings Citation Index – Social Science & Humanities (CPCI-SSH) (f: 4), Book Citation Index – Social Sciences & Humanities (BKCI-SSH) (f: 2), Conference Proceedings Citation Index – Science (CPCI-S) (f: 2) olmak üzere birden fazla endekste yayımlandığı bulgusuna ulaşılmıştır.

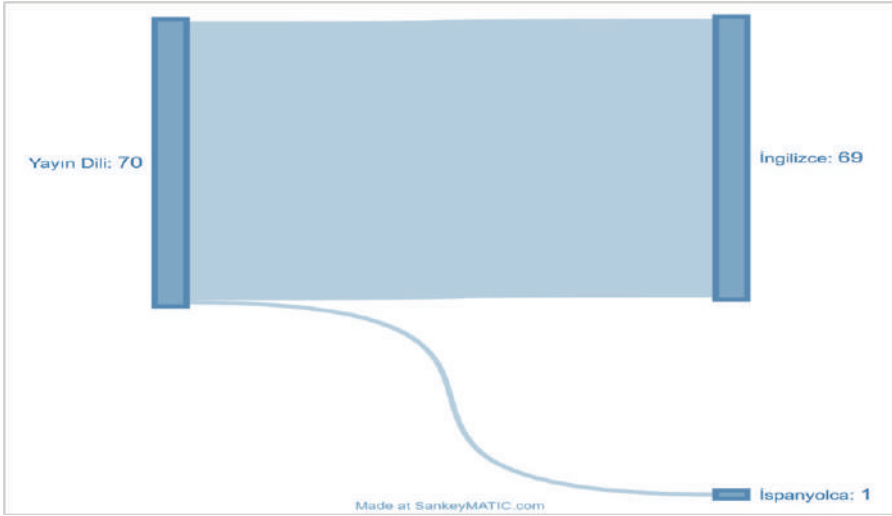


Şekil 8. İkinci probleme yönelik yayım dili değerleri.

Şekil 8’de sporun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED) (f: 567), Emerging Sources Citation Index (ESCI) (f: 254), Social Sciences Citation Index (SSCI) (f: 232), Conference Proceedings Citation Index – Science (CPCI-S) (f: 126), Conference Proceedings Citation Index – Social Science & Humanities (CPCI-SSH) (f: 47), Book Citation Index – Science (BKCI-S) (f:12), Book Citation Index – Social Sciences & Humanities (BKCI-SSH) (f: 4), Arts & Humanities Citation Index (A&HCI) (f:3) olmak üzere birden fazla endekste yayımlandığı bulgusuna ulaşılmıştır.

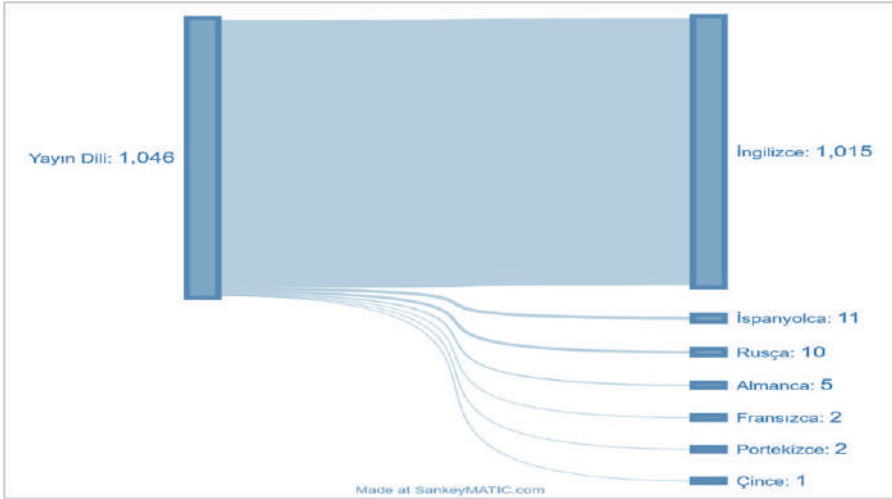
Yayın dili değerlerine göre bulgular.

Bu bölümde araştırmanın birinci problemi olan “rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ve ikinci problemi olan “sporun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi”ne dair elde edilen yayım dili değerlerine yer verilmiştir.



Şekil 9. Birinci probleme yönelik yayın dili değerleri.

Şekil 9’da rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların yayın dillerinin İngilizce (f: 69) ve İspanyolca (f: 1) olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

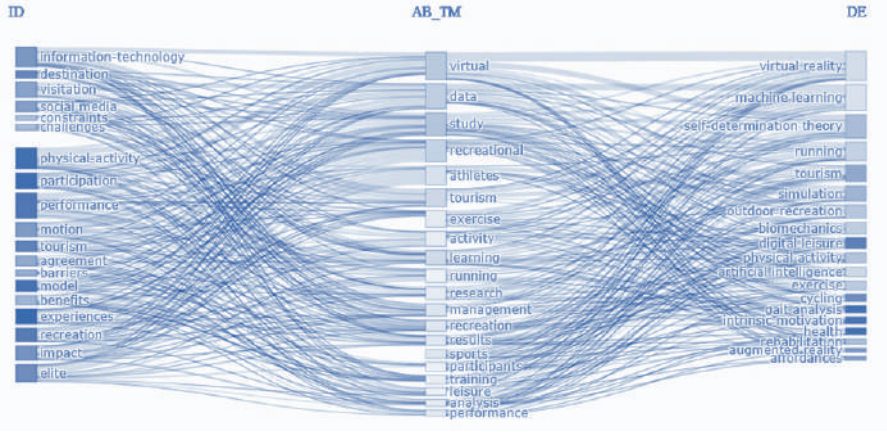


Şekil 10. İkinci probleme yönelik yayın dili değerleri.

Şekil 10’da sporun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların yayın dillerinin İngilizce (f: 1.015), İspanyolca (f: 11), Rusça (f:10), Portekizce (f:2), Çince (f:1) olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

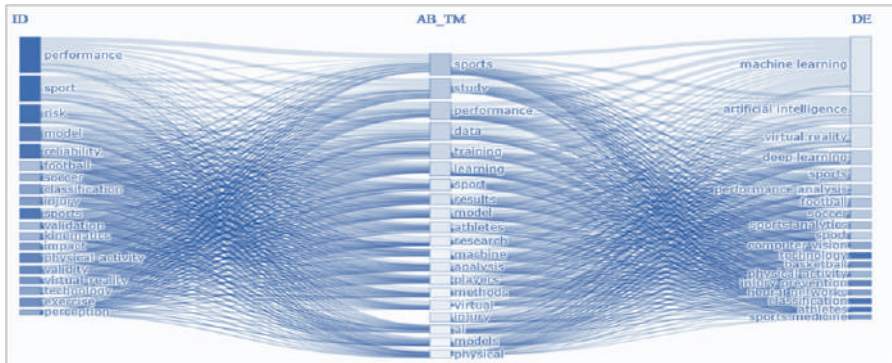
Üç alan analizine göre bulgular.

Bu bölümde araştırmanın birinci problemi olan “rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ve ikinci problemi olan “sporun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi”ne dair elde edilen üç alan analizine yer verilmiştir. Üç alan analizi “Özet”, “anahtar kelimeler artı”, “anahtar kelimeler” seçilerek oluşturulmuştur.



Şekil 11. Birinci probleme yönelik üç alan analizi.

Şekil 11’de rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların üç alan analizinde bilgi teknolojisi, destinasyon, ziyaret, sosyal medya, kısıtlamalar, zorluklar, fiziksel aktivite, katılım, hareket, turizm, rekreasyon, sanal gerçeklik, makine öğrenimi, simülasyon, elit, performans, yapay zekâ gibi kelimelerin birbiri ile ilişkili olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.



Şekil 12. İkinci probleme yönelik üç alan analizi.

Şekil 12’de sporun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların üç alan analizinde performans, spor, risk, güvenilirlik, sanal gerçeklik, algı, makine öğrenimi, sanal gerçeklik, veri, yapay zeka gibi kelimelerin birbiri ile ilişkili olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

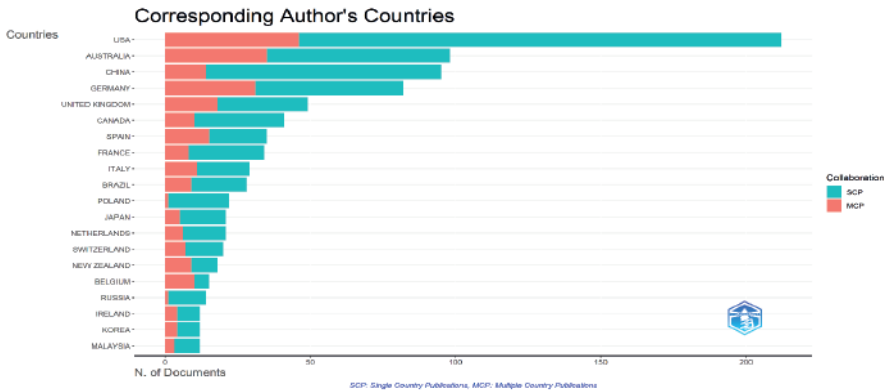
İlgili yazarların ülkelerine göre bulgular.

Bu bölümde araştırmanın birinci problemi olan “rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ve ikinci problemi olan “sporun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi”ne dair elde edilen ilgili yazarların ülkelerine yer verilmiştir.



Şekil 13. Birinci probleme yönelik ilgili yazarların ülkeleri.

Şekil 13’de rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların ilgili ülkelerinin en fazla Amerika (f: 26), Çin (f: 7), Kanada (f: 4), Brezilya (f: 3), Almanya (f: 3), Danimarka (f: 2), Fransa (f: 2), Yunanistan (f: 2), Malezya (f: 2), Avustralya (f: 1) olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

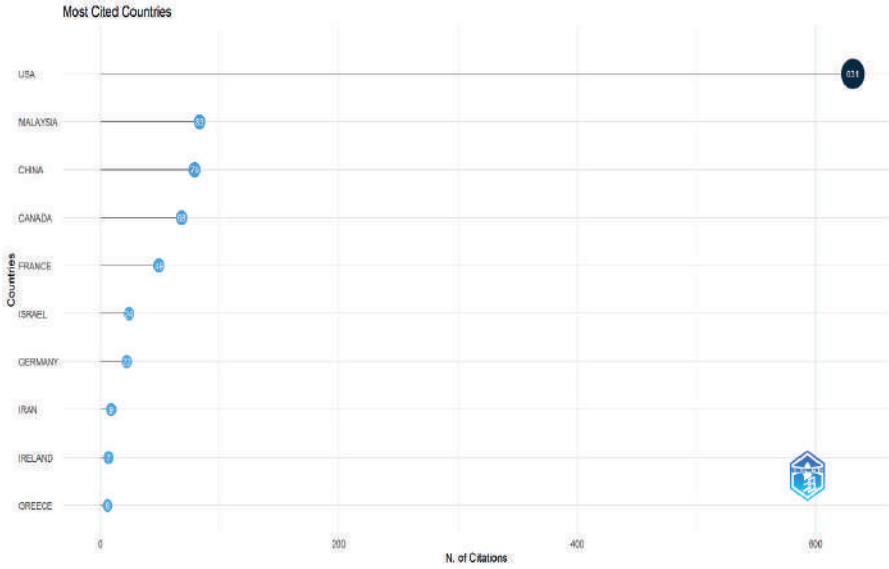


Şekil 14. İkinci probleme yönelik ilgili yazarların ülkeleri.

Şekil 14’de sporun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların ilgili ülkelerinin en fazla Amerika (f: 212), Avustralya (f: 98), Çin (f: 95), Almanya (f: 82), Birleşik Krallık (f: 49), Kanada (f: 41), İspanya (f: 35), Fransa (f: 34), İtalya (f: 29), Brezilya (f: 28) olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

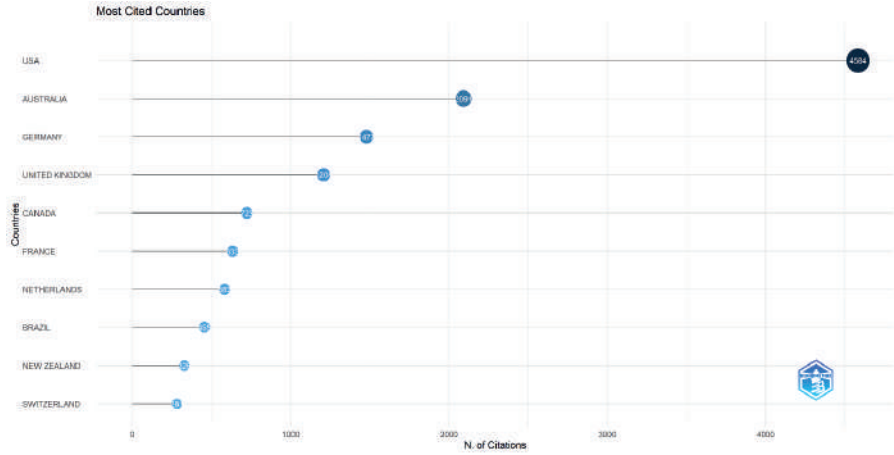
En çok atıf alan ülkelere göre bulgular.

Bu bölümde araştırmanın birinci problemi olan “rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ve ikinci problemi olan “sporun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi”ne dair elde edilen çalışmaların en çok atıf aldığı ülkelere yer verilmiştir.



Şekil 15. Birinci probleme yönelik en çok atıf alan ülkeler.

Şekil 15’de rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların en çok atıf aldığı ülkelerin Amerika (f: 631), Malezya (f: 83), Çin (f: 79), Kanada (f: 68), Fransa (f: 49), İsrail (f: 24), Almanya (f: 22), İran (f: 9), İrlanda (f: 7), Yunanistan (f: 6) olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

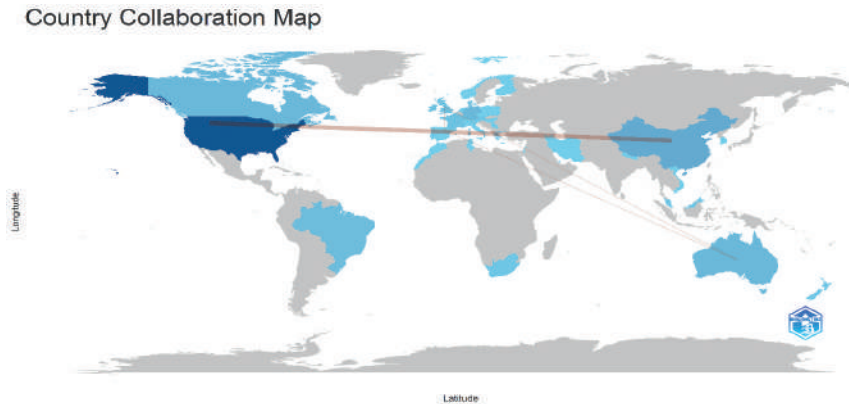


Şekil 16. İkinci probleme yönelik en çok atıf alan ülkeler.

Şekil 16'da sporun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların en çok atıf aldığı ülkelerin Amerika (f: 4584), Avustralya (f: 2091), Almanya (f: 1477), Birleşik Krallık (f: 1208), Kanada (f: 723), Fransa (f: 633), Hollanda (f: 583), Brezilya (f: 455), Yeni Zelanda (f: 326), İsviçre (f: 281) olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Ülkelerin işbirliği dünya haritasına göre bulgular

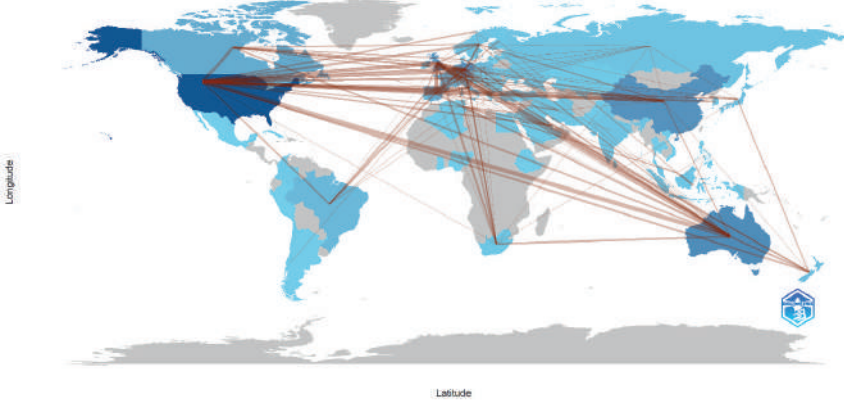
Bu bölümde araştırmanın birinci problemi olan “rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ve ikinci problemi olan “sporun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi”ne dair elde edilen ülkelerin işbirliği dünya haritasına yer verilmiştir.



Şekil 17. Birinci probleme yönelik ülkelerin işbirliği dünya haritası.

Şekil 17’de rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların ülke işbirliklerinin en fazla Amerika ile Çin (f: 3), Avustralya ile Fransa (f: 2), Avustralya ile Birleşik Krallık (f: 2), Fransa ile Birleşik Krallık (f: 2) arasında olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Country Collaboration Map

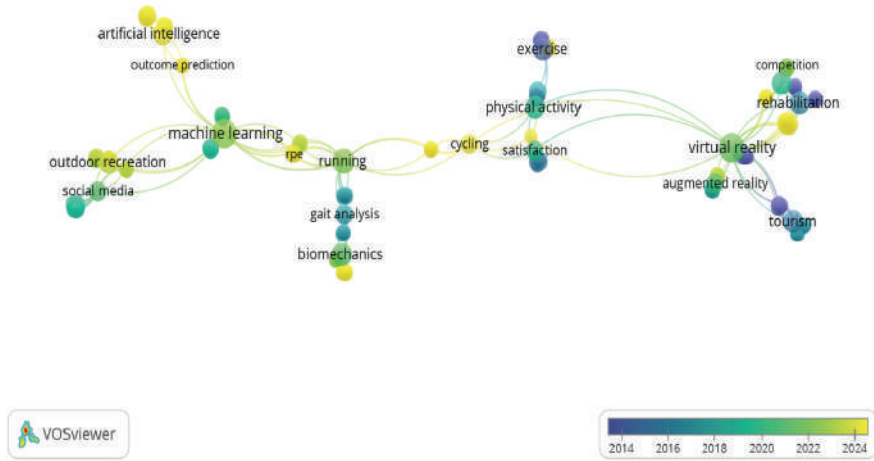


Şekil 18. İkinci probleme yönelik ülkelerin işbirliği dünya haritası.

Şekil 18’de sporun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların ülke işbirliklerinin en fazla Avustralya ile Birleşik Krallık (f: 24), Amerika ile Avustralya (f: 21), Amerika ile Birleşik Krallık (f: 17), Almanya ile Hollanda (f: 13), Amerika ile Kanada (f: 12), Amerika ile Çin (f: 12), Amerika ile Almanya (f: 12), Birleşik Krallık ile İspanya (f: 11), Almanya ile Birleşik Krallık (f: 10), Almanya ile Avusturya (f: 8) arasında olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

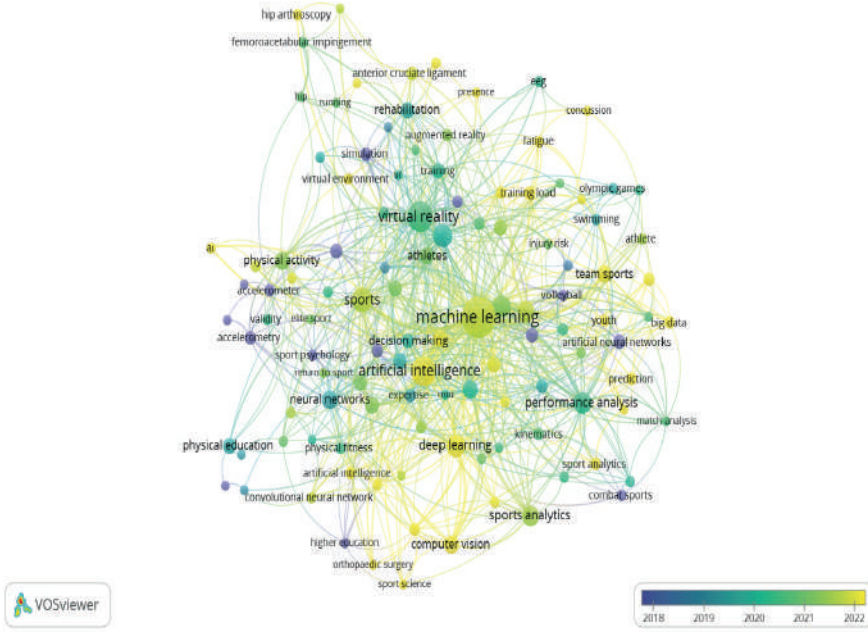
Ortak kelimelere göre bulgular

Bu bölümde araştırmanın birinci problemi olan “rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ve ikinci problemi olan “sporun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi”ne dair elde edilen ortak kelimelere yer verilmiştir.



Şekil 19. Birinci probleme yönelik ortak kelimeler

Şekil 19’da rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların ortak kelimelerinin 148 düğüm, 160 küme, 451 bağlantı ve 453 toplam bağlantı gücüne sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda toplam bağlantı gücü değerlerine göre çalışmalarda en fazla kullanılan ortak kelimelerin virtual reality “sanal gerçeklik” (f: 30), machine learning “makine öğrenmesi” (f: 29), running “koşmak” (f:20), rehabilitation “rehabilitasyon” (f: 17), artificial intelligence “yapay zekâ” (f: 15), social media “sosyal medya” (f: 14), outdoor recreation “açık hava rekreasyonu” (f: 12), simulation “simülasyon” (f: 12), tourism “turizm” (f: 12) kelimelerinin kullanıldığı belirlenmiştir.

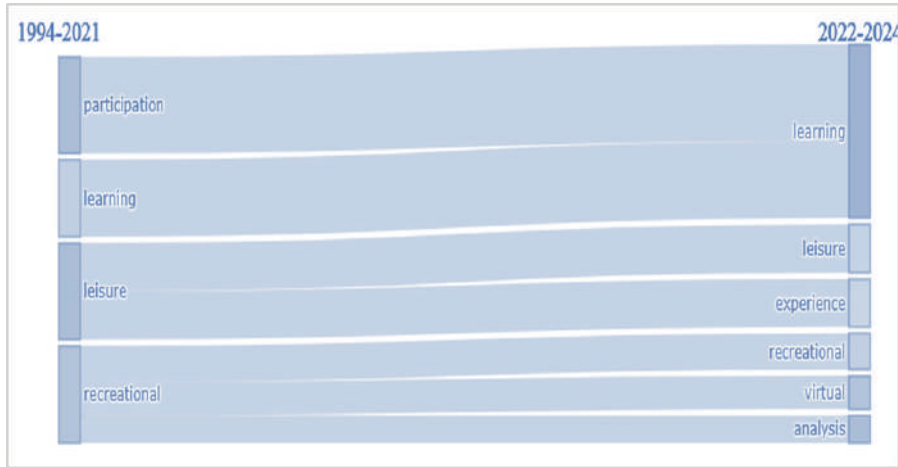


Şekil 20. İkinci probleme yönelik ortak kelimeler.

Şekil 20’de sporun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların ortak kelimelerinin 114 düğüm, 10 küme, 695 bağlantı ve 1119 toplam bağlantı gücüne sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda toplam bağlantı gücü değerlerine göre çalışmada en fazla kullanılan ortak kelimelerin machine learning “makine öğrenmesi” (f: 256), Artificial intelligence “yapay zekâ” (f: 107), sports “spor” (f: 92), virtual reality “sanal gerçeklik” (f: 81), performance analysis “performans analizi” (f: 66), deep learning “derin öğrenme” (f: 64), soccer “futbol” (f: 59), sport “spor” (f: 54), football “futbol” (f: 51) kelimelerinin kullanıldığı belirlenmiştir.

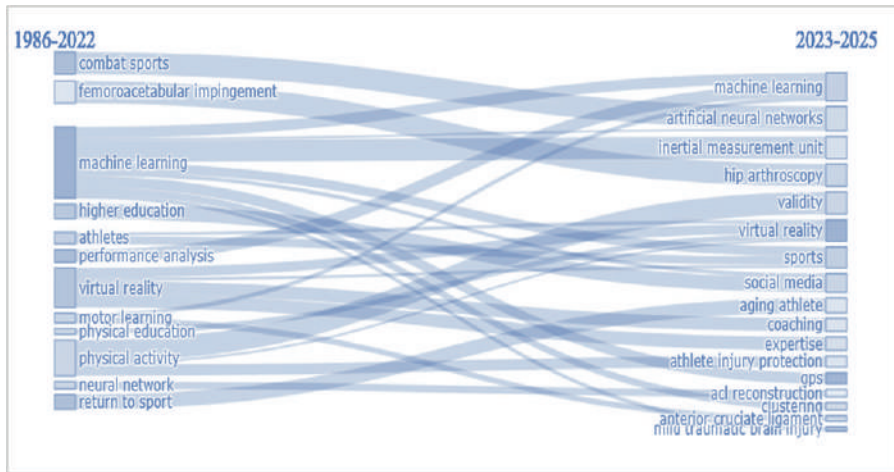
Tematik evrime göre bulgular

Bu bölümde araştırmanın birinci problemi olan “rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ve ikinci problemi olan “sporun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ne dair elde edilen çalışmaların tematik evrimine yer verilmiştir.



Şekil 21. Birinci probleme yönelik tematik evrim.

Şekil 21'de rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmalarda; katılım, deneyim, öğrenme, rekreasyon gibi kelimelerin birbiri ile ilişkili olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

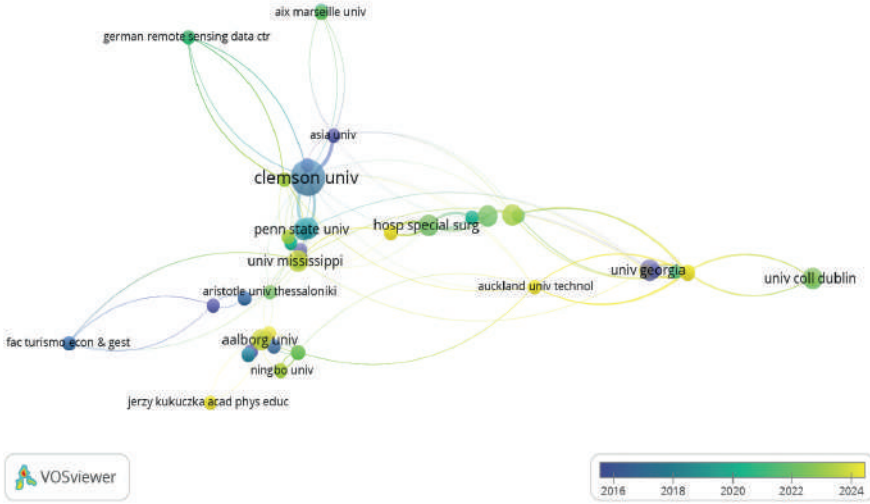


Şekil 22. İkinci probleme yönelik tematik evrim.

Şekil 22'de sporun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmalarda sanal gerçeklik, spor, makine öğrenimi, sporcu, antrenörlük, sporcu yaralanmalarından korunma, spora dönüş, yükseköğretim, dövüş sporları, ön çapraz bağ gibi kelimelerin birbiri ile ilişkili olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

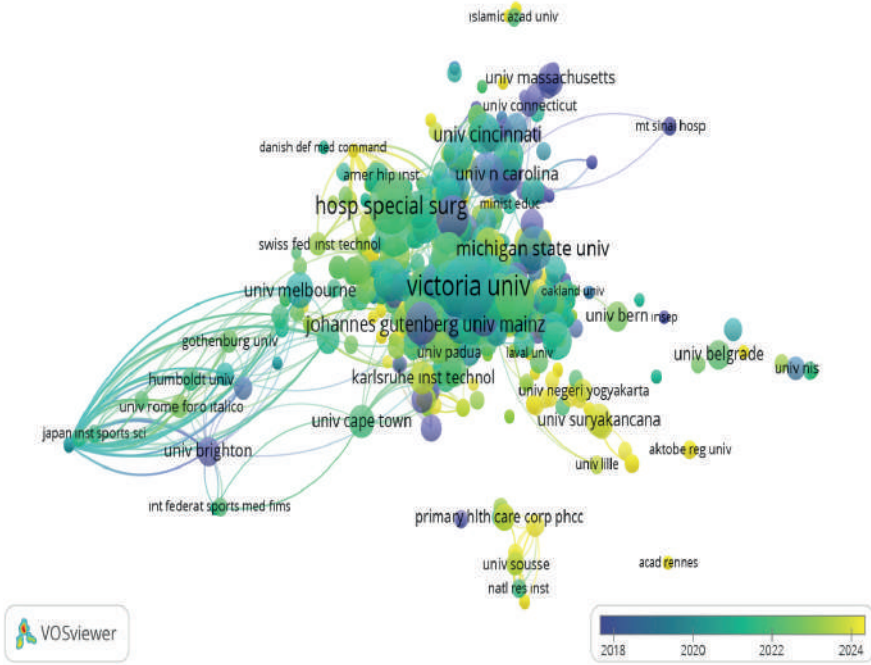
Kurumların bibliyometrik eşleştirme analizine ait bulgular

Bu bölümde araştırmanın birinci problemi olan “rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ve ikinci problemi olan “sporun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ne dair elde edilen kurumların bibliyometrik eşleştirme analizine yer verilmiştir. Bu noktada bibliyometrik eşleştirme, bilimsel kaynaklar arasındaki alıntı ve etkileşimleri inceleyerek, iki farklı kaynağın aynı kaynağa atıfta bulunmasını analiz eden bir yöntemdir (Çizmecioglu ve Akman, 2021; Öztürk ve Kurutkan, 2020).



Şekil 23. Birinci probleme yönelik kurumların bibliyometrik eşleştirme analizi.

Şekil 23’de rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan kurumların bibliyometrik eşleştirme analizinin 93düğü, 14 küme, 484 bağlantı ve 10560 toplam bağlantı gücüne sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda toplam bağlantı gücü değerlerinin en fazla Clemson Univ (f: 779), Manouba Univ (f: 732), Natl Observ Sports (f: 732), Natl Sports Inst Malaysia (f: 732), Northumbria Univ (f: 732), Paris Nanterre Univ (f: 732), Univ Canberra (f: 732), Univ Pretoria (f: 732) gibi kurumlar olduğu belirlenmiştir.



Şekil 24. İkinci probleme yönelik kurumların bibliyometrik eşleştirme analizi.

Şekil 24’de sporun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan kurumların bibliyometrik eşleştirme analizinin 994 düğüm, 21 küme, 72830 bağlantı ve 391746 toplam bağlantı gücüne sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda toplam bağlantı gücü değerlerinin en fazla Victoria Univ (f: 7743), Univ Groningen (f: 5700), Manchester Metropolitan Univ (f: 5068), Auckland Univ Technol (f: 4528), La Trobe Univ (f: 4385), Univ Melbourne (f: 4227), Univ Vienna (f: 3736) gibi kurumlar olduğu belirlenmiştir.

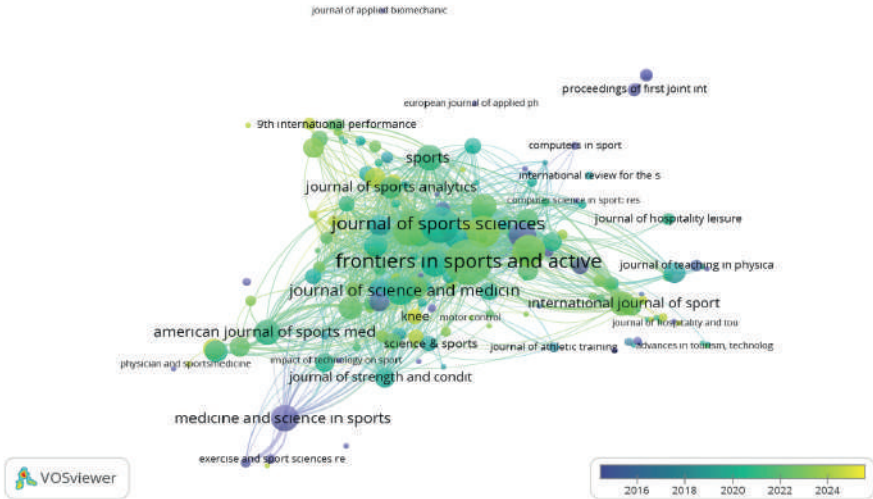
Kaynakların bibliyometrik eşleştirme analizine ait bulgular

Bu bölümde araştırmanın birinci problemi olan “rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ve ikinci problemi olan “sporun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ne dair elde edilen kaynakların bibliyometrik eşleştirme analizine yer verilmiştir.



Şekil 25. Birinci probleme yönelik kaynakların bibliyometrik eşleştirme analizi.

Şekil 25’de rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan kaynakların bibliyometrik eşleştirme analizinin 30 düğüm, 7 küme, 47 bağlantı ve 85 toplam bağlantı gücüne sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda toplam bağlantı gücü değerlerinin en fazla journal of hospitality leisure sport & tourism education (f: 28), information and communication Technologies in tourism 2012 (f: 25), bmc sports science medicine and rehabilitation (f:14), europen journal of sport physiology (f:8), research quarterly for exercise and sport (f: 8) gibi kaynaklar olduğu belirlenmiştir.

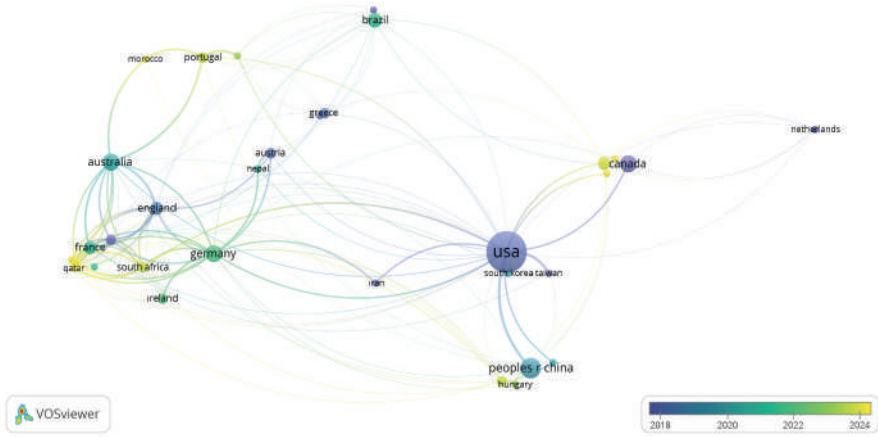


Şekil 26. İkinci probleme yönelik kaynakların bibliyometrik eşleştirme analizi.

Şekil 26'da sporun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan kaynakların bibliyometrik eşleştirme analizinin 178 düğüm, 11 küme, 3297 bağlantı ve 21500 toplam bağlantı gücüne sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda toplam bağlantı gücü değerlerinin en fazla *Frontiers in sports and active living* (f: 3524), *Journal of sports sciences* (f: 2825), *sports medicine* (f: 1892), *sports medicine-open* (f: 1608), *human movement science* (f:1301), *psychology of sport and exercise* (f: 1301), *journal of sports science and medicine* (f:1072), *science and medicine in football* (f: 1014) gibi kaynaklar olduğu belirlenmiştir.

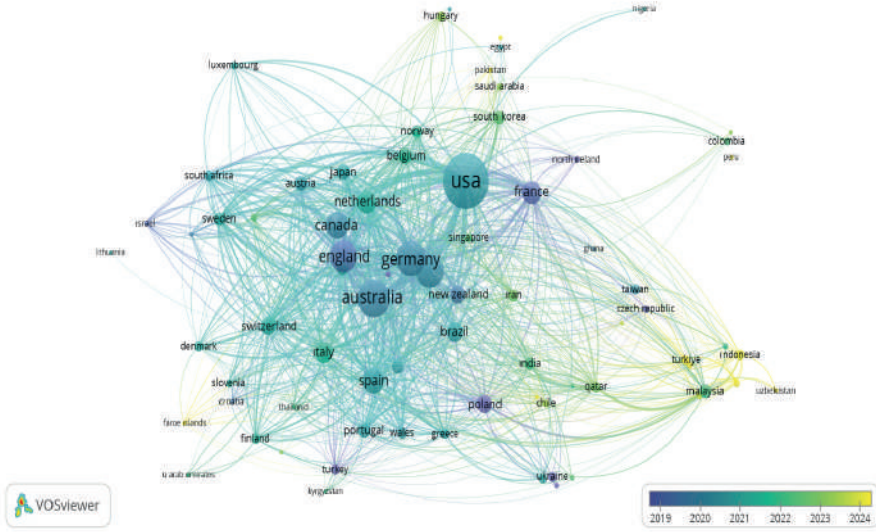
Ülkelerin bibliyometrik eşleştirme analizine ait bulgular

Bu bölümde araştırmanın birinci problemi olan “rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ve ikinci problemi olan “sporun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ne dair elde edilen ülkelerin bibliyometrik eşleştirme analizine yer verilmiştir.



Şekil 27. Birinci probleme yönelik ülkelerin bibliyometrik eşleştirme analizi.

Şekil 27'de rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan ülkelerin bibliyometrik eşleştirme analizinin 34 düğüm, 7 küme, 144 bağlantı ve 4291 toplam bağlantı gücüne sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda toplam bağlantı gücü değerlerinin en fazla Almanya (f: 835), Avustralya (f: 770), ABD (f:757), İngiltere (f: 598), Fransa (f: 567), Güney Afrika (f: 556), Malezya (f: 488), Katar (f:487), İskoçya (f: 487), Tunus (f: 331) gibi ülkeler olduğu belirlenmiştir.

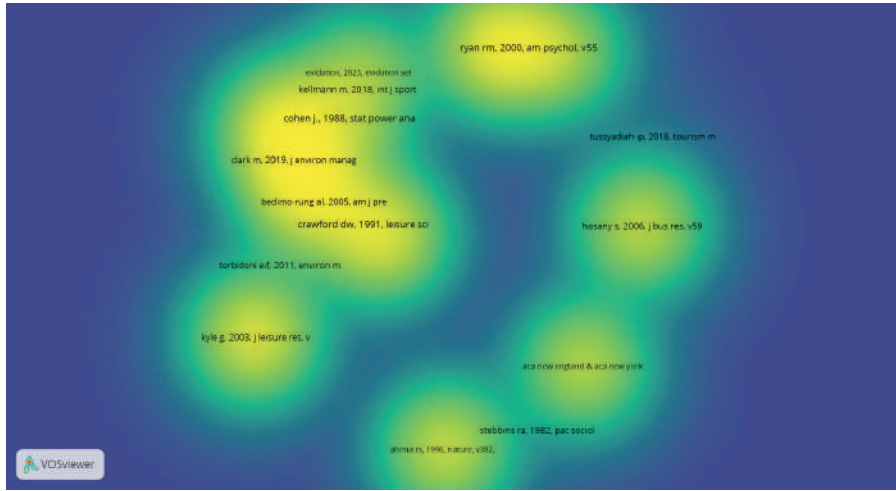


Şekil 28. İkinci probleme yönelik ülkelerin bibliyometrik eşleştirme analizi.

Şekil 28’de sporun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan kaynakların bibliyometrik eşleştirme analizinin 77 düğüm, 7 küme, 1728 bağlantı ve 96848 toplam bağlantı gücüne sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda toplam bağlantı gücü değerlerinin en fazla ABD (f:21579), Almanya (f: 16241), Avustralya (f: 15932), İngiltere (f: 13809), Kanada (f: 8157), İspanya (f: 8007), Hollanda (f: 7051) gibi ülkeler olduğu belirlenmiştir.

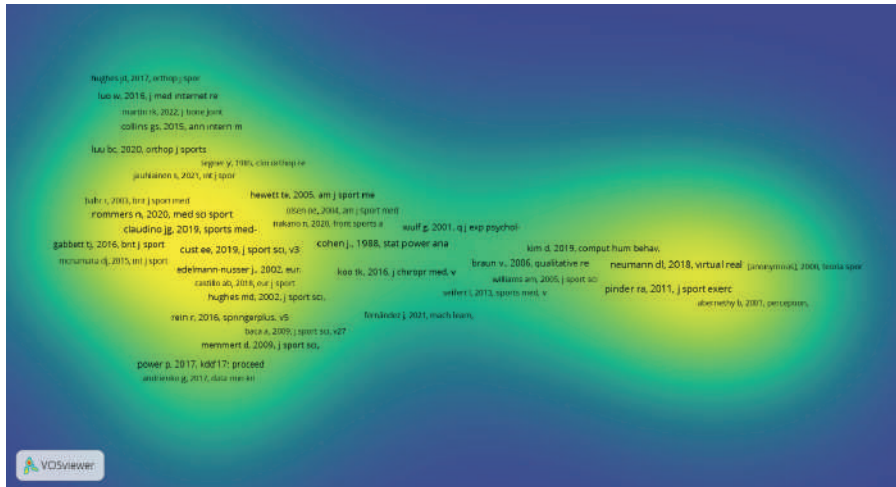
Referansların ortak atıflarına ait bulgular

Bu bölümde araştırmamın birinci problemi olan “rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ve ikinci problemi olan “sporun metaverse ve yapay zekâ ile ilişkisi” ne dair elde edilen referansların ortak atıf analizine yer verilmiştir. Ortak atıf, iki nesne arasındaki ilişkiyi, bu nesnelerin kaç kez ortak atıf aldığına dayanarak belirlemektedir (Zan, 2019).



Şekil 29. Birinci probleme yönelik referansların ortak atıf analizi.

Şekil 29'da rekreasyonun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların toplam bağlantı gücü değerlerine göre Clark M, 2019 (f: 237), Power D, 2021 (f:237), Staab j, 2021 (f:237), Blewiit, Me, 2008 (f:224), Ryan Rm, 2000 (f:191) gibi atıf yapılan ortak referansların yoğun ilişkili olduğu belirlenmiştir.



Şekil 30. İkinci probleme yönelik referansların ortak atıf analizi.

Şekil 30'da sporun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle ilişkisini ele alan çalışmaların toplam bağlantı gücü değerlerine göre Rossi A, 2018 (f:

405), Gray R, 2017 (f: 329), Rommers N, 2020 (f: 314), Lopez-Valenciano A, 2018 (f: 298), Craig Cathy, 2013 (f: 291), Ruddy Jd, 2018 (f:291), Claudino Jg, 2019 (f:279) gibi atıf yapılan ortak referansların yoğun ilişkili olduğu belirlenmiştir.

SONUÇLAR

Bu çalışmada, metaverse ve yapay zekâ teknolojilerinin rekreasyon ve spor alanlarıyla olan ilişkisi Web of Science'dan elde edilen veri setleri üzerinden incelenmiştir. Dolayısıyla bu araştırma kapsamında metaverse ve yapay zekâ teknolojilerinin rekreasyon ve spor alanlarındaki etkileri karşılaştırılarak, her iki alanda yapılan araştırmaların çeşitli eğilimleri ve ilişkileri hakkında önemli sonuçlara ulaşılmıştır. Sonuçlar, bu iki teknolojinin, özellikle son yıllarda önemli bir artış göstererek bu alanlarda daha fazla araştırma yapıldığını ortaya koymaktadır. 2024 yılı hem rekreasyon hem de sporla ilgili çalışmaların en fazla üretildiği yıl olarak dikkat çekmektedir. Bu durum, metaverse ve yapay zekânın giderek daha fazla ön planda olduğuna işaret etmektedir. Rekreasyon ve spor alanlarında yapılan araştırmaların uluslararası ortak yazarlık oranlarının oldukça yüksek olduğu, sırasıyla %28.57 ve %29.45 olduğu bulunmuştur. Bu durum, bu alanlardaki araştırmaların küresel bir işbirliğiyle gerçekleştirildiğini ve çok disiplinli bir yaklaşımın benimsendiğini göstermektedir. Ayrıca, yıllık büyüme potansiyelinin de sırasıyla %10.11 ve %5.12 olduğu tespit edilmiştir. Bu oranlar, gelecekte bu alanlarda daha fazla araştırma yapılacağına işaret etmektedir. Yıllık üretim değerleri incelendiğinde, rekreasyon ve spor ile ilgili metaverse ve yapay zekâ teknolojilerinin ilişkilendirildiği çalışmaların, özellikle 2024 ve 2023 yıllarında yoğunlaştığı gözlemlenmiştir. Bu, bu alanların hızla gelişen ve popülerleşen konular olduğunu ve akademik dünyada büyük bir ilgi gördüğünü göstermektedir. Ayrıca, rekreasyon ve spor alanlarındaki yıllık ortalama atıf değerlerinin belirli yıllarda arttığı, özellikle 2020 ve 2012 yıllarında önemli bir yükselme yaşandığı görülmektedir. Web of Science endeksli dergilerde yayımlanan çalışmaların sayısı, her iki alanda da oldukça çeşitlidir. Rekreasyonla ilgili çalışmaların en çok SCI-EXPANDED, SSCI ve ESCI gibi prestijli endekslerde yayımlandığı tespit edilmiştir. Sporla ilgili araştırmalar ise daha geniş bir yelpazede yayımlanmış, en çok SCI-EXPANDED ve ESCI endekslerinde yer almıştır. Bu durum, metaverse ve yapay zekâ ile ilişkili spor ve rekreasyon çalışmalarının, bilimsel etki ve görünürlük açısından geniş bir alanı kapsadığını göstermektedir. Yayın dilleri incelendiğinde, rekreasyonla ilgili çalışmaların çoğunlukla İngilizce olarak yayımlandığı, ancak İspanyolca da az sayıda çalışmada yer aldığı gözlemlenmiştir. Sporla ilgili çalışmalar ise daha geniş bir dil çeşitliliği

sunmaktadır. İngilizce başta olmak üzere, İspanyolca, Rusça ve Çince gibi dillerde de önemli bir yayın faaliyeti mevcuttur. Bu, metaverse ve yapay zekâ ile ilişkilendirilen spor alanındaki araştırmaların, farklı coğrafyalardan ve dil gruplarından gelen araştırmacılar tarafından izlendiğini göstermektedir.

Rekreasyon ve sporun metaverse ve yapay zekâ teknolojileriyle giderek artan bir şekilde ilişkilendirildiği, araştırmaların büyük bir kısmının bu teknolojilerle ilgili çeşitli kavramları kapsadığı belirlenmiştir. Bu teknolojilerin her iki alandaki potansiyeli, yıllık büyüme oranları, uluslararası ortak yazarlık oranları ve araştırmaların ortalama yaş potansiyelleri gibi göstergeler, bu alanlardaki akademik ilginin giderek arttığını ortaya koymaktadır. Bu büyüme, gelecekte bu alandaki bilimsel üretimin daha da hızlanacağını göstermektedir. Rekreasyon alanındaki araştırmalar, sanal gerçeklik, makine öğrenimi, simülasyon, turizm gibi kavramları yoğun bir şekilde kullanırken, sporla ilgili çalışmalarda da performans, güvenilirlik, risk ve sanal gerçeklik gibi unsurlar ön plana çıkmaktadır. Bu sonuçlar her iki alanda metaverse ve yapay zekânın kullanımının sadece teknik değil, aynı zamanda sosyal, psikolojik ve fiziksel boyutları da içerdiğini göstermektedir. Bu teknoloji ve alanlar arasındaki ilişkiler, kullanıcı deneyimlerinin artırılması ve daha kişiselleştirilmiş hizmetler sağlanması noktasında önemli rol oynamaktadır. Çalışmaların coğrafi dağılımında Amerika Birleşik Devletleri'nin her iki alanda da önde olduğu, ardından Çin, Kanada ve Avrupa ülkelerinin takip ettiği gözler önüne serilmiştir. Bu da, metaverse ve yapay zekâ alanındaki yenilikçi araştırmaların genellikle gelişmiş ülkelerden geldiğini, ancak diğer ülkelerde de bu teknolojilere yönelik ilginin arttığını ortaya koymaktadır. Atıf analizleri, her iki alandaki en fazla atıf alan ülkelerde Amerika ve Avustralya'nın öne çıktığını göstermektedir. Bu durum, metaverse ve yapay zekâ teknolojilerinin spor ve rekreasyon alanlarında uygulama potansiyelinin arttığını ve dünya genelinde bu teknolojilerin etkilerinin daha geniş bir şekilde kabul gördüğünü ortaya koymaktadır. Kelime ağları analizi incelendiğinde, özellikle metaverse ve yapay zekâ ile ilişkili temel anahtar kelimelerin, her iki alanda da önemli temalar oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır. Rekreasyon alanında en fazla kullanılan kelimeler arasında sanal gerçeklik ve makine öğrenmesi öne çıkarken, spor alanında makine öğrenmesi, yapay zekâ ve performans analizi en fazla tercih edilen kelimeler olmuştur. Bu sonuçlar, bu teknolojilerin her iki alanda da kullanıcıların deneyimlerini geliştirmek, performanslarını artırmak ve sağlık, güvenlik gibi kritik alanlarda daha fazla veriye dayalı kararlar almayı mümkün kılacak şekilde kullanılmaya başlandığını gözler önüne sermektedir.

Sonuç olarak, metaverse ve yapay zekâ teknolojilerinin rekreasyon ve spor alanlarında giderek daha fazla yer aldığı ve bu alanlarda yapılan

araştırmaların hızla arttığı görülmektedir. Bu teknolojilerin sunduğu yenilikçi imkanlar, bilimsel araştırmaların daha kapsamlı hale gelmesini ve küresel iş birliklerinin artmasını sağlamaktadır. Gelecekte, bu teknolojilerin daha fazla entegre edilmesi ve farklı disiplinlerdeki araştırmaların bir araya getirilmesi hem rekreasyon hem de spor alanlarında yeni fırsatlar sunacağı düşünülmektedir. Bu alandaki araştırmaların büyüme potansiyeli ve uluslararası işbirlikleri, bu teknolojilerin gelecekteki gelişimini gözler önüne sermektedir. Gelecekte sosyal medya, sanal gerçeklik ve sosyal etkileşimlerin rekreasyonel alanlardaki etkilerinin incelenmesi önerilmiştir. Metaverse ve yapay zekâ destekli rekreasyonel deneyimler ile ilgili çalışmaların arttırılması önerilmiştir. Metaverse ve yapay zekâ teknolojilerinin destinasyon tasarımı ve ziyaretçi deneyimleri üzerindeki etkisinin incelenmesi önerilmiştir. Metaverse ve yapay zekâ teknolojilerinin fiziksel aktivite, performans analizleri ve iyileştirme, sporcu sağlığı ve sakatlık öncesi uyarılar üzerindeki etkisinin incelenmesi önerilmiştir.

Kaynakça

- Akkaya, S., Erkan, A., & Kapıdere, M. (tarih yok). Spor Eğitiminde Metaverse. *Eğitimde metaverse: Kuram ve Uygulamalar* (s. 165-180). içinde
- Alaeddinoğlu, V., & Kaya, İ. (2016). Türkiye Kayak Milli Takımları alp disiplini ve kuzey disiplini sporcularının antropometrik ve fizyolojik özelliklerinin karşılaştırılması. *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 116-123. <https://dergipark.org.tr/en/pub/sbsebd/issue/31662/347135> adresinden alındı
- Arık, M. A., Kayakuş, M., Güdekli, A., & Çizmeli, D. (2024). Yeni Medyanın Sürdürülebilirlik Bakış Açısına Göre İncelenmesi: Bibliyometrik Analiz. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 208-232. doi:10.11616/asbi.1392917
- Başoğlu, U. D. (2011). *İstanbul İli, Bahçelievler Belediyesi Sorumluluğundaki Spor Salonlarının Rekreasyon Sporları ve Rekreasyon Liderleri Açısından Geliştirilmesi ve Faydalılık Durumu*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Butcher, A. C. (1987). *Management of Physical Education and Athletic Programs*. Times Mirror/Mosby College Publishing, St. Louis.
- Çakır, Z., Ceyhan, M. A., Gönen, M., & Erbaş, Ü. (2023). Yapay Zeka Teknolojilerindeki Gelişmeler ile Eğitim ve Spor Bilimlerinde Paradigma Değişimi. *Dede Korkut Spor Bilimleri Dergisi*, 1(2), 56-71.
- Çakır, Z., Gönen, M., & Ceyhan, M. A. (2022). Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin metaverse farkındalıklarının incelenmesi. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 17(2), 406-418.
- Çizmecioğlu, S., & Akman, A. Z. (2021). Blok zincir ve kripto para konularının bibliyometrik bir analizi: 2015-2020 dönemi. *Business, Economics and Management Research Journal*, 4(1), 1-16.
- Demir, M. (2024). İmgeden Gerçeğe, Sinemada Metaverse. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(2), 993-1003.
- Dertli, Ş., & Dertli, M. E. (2024). Yapay zekâ ve sürdürülebilirlik ilişkisi üzerine doktora tezlerinin bibliyometrik profili. *Uluslararası Davranış, Sürdürülebilirlik Vê Yönetim Dergisi*, 10(19), 151-174. doi:10.54709/jobesam.1352374
- Dertli, Ş., & Dertli, M. E. (2024a). Metaverse'ün Disiplinlerarası Görünümü: Lisansüstü Tez Çalışmalarının Bibliyometrik Profili. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*, 14(2), 493-521. <https://doi.org/10.31466/kfbd.1375461> adresinden alındı
- Dertli, Ş., & Dertli, M. E. (2024b). Sporun Sürdürülebilirlik ve Dijital Teknoloji Üzerindeki Rolü: Bibliyometrik Bir Analiz. S. & Özbay içinde, *Spor Yönetiminde Sürdürülebilirlik ve Nitel Araştırma*. Özgür Yayınları. <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub485> adresinden alındı

- Erkal, M. (1992). *Sosyolojik açıdan spor*. İstanbul: Kutsun Matbaa ve Reklamcılık Merkezi.
- Gökdeniz, A. (1994). Turistik Ürün Geliştirme Stratejisi ve Türkiye’de Üçüncü Yaş Turizminin Yapısal Analizi ve Geliştirilmesi. Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Jensen, C. R., & Naylor, J. H. (1983). *Opportunities in Recreation and Leisure Careers, USA*.
- Kalkan, N. (2021). Metaverse evreninde sporun bugünü ve geleceğine yönelik bir derleme. *Ulusal Spor Bilimleri Dergisi*, 5(2), 163-174.
- Özcan, G. (2024). İşletmeler Bağlamında Metaverse: Swot Analizi İle Durum Değerlendirmesi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 23(4), 1587-1612.
- Öztürk, N., & Kurutkan, M. N. (2020). Kalite Yönetiminin Bibliyometrik Analiz Yöntemi ile İncelenmesi. *Journal of Innovative Healthcare Practices (JOINIHP)*, 1(1), 1-13.
- Sandıkçı, M. B. (2017). *Sportif Rekreasyon Etkinliklerine Katılımın Fiziksel Aktivite Düzeyi ve Genel Öz Yeterlilik İnançları ile İlişkisinin İncelenmesi*. Doktora Tezi, Fırat Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Elazığ.
- Suiçmez, H. (2000). *Türkiye ve İngiltere’deki Sportif Rekreasyon Yöneticilerinin Karakteristik Özellikleri*. Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Ünal, A. N. (2003). *Beden eğitimi ve spor bilimi*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Yılmaz, H. H. (2022). *Elit Sporcularda İzokinetik ve Elektromiyografik Değerlendirmeler*. Akademisyen Kitabevi.
- Yılmaz, H. H. (2023). Antrenman ve Müsabaka Sırasında Performans Takibi: GPS ve Kalp Atım Sayısı Monitörü. N. F. Kışal, S. Özbay, & S. (. Ulupınar içinde, *Dijital Çağda Spor Araştırmaları I* (s. 75-90). Özgür Yayınları.
- Zan, B. U. (2019). Doğrudan atıf, ortak atıf ve bibliyografik eşleşme yaklaşımlarına dayalı olarak araştırma alanlarının değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 501-516.

Kış Sporları Sporcularının E-Spor Tutumları Üzerine Bir Araştırma

Murat Turan¹

Buğra Çağatay Savaş²

Muhammet Mavibaş³

Özet

Amaç: Bu araştırma, Erzurum ilinde kış sporlarıyla ilgilenen sporcuların e-spora yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Son yıllarda hızla gelişen ve geniş bir kitleye hitap eden e-spor, özellikle gençler arasında ilgi görmektedir. Bu bağlamda, kış sporlarıyla uğraşan sporcuların e-spora yönelik tutumlarının incelenmesi, bu yeni nesil spor dalına olan bakış açılarını ve ilgilerini anlamak açısından önem taşımaktadır.

Yöntem: Araştırmada betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Çalışma evrenini Erzurum’da kış sporlarıyla uğraşan sporcular oluştururken, araştırma grubunu gönüllü olarak katılım sağlayan 55 kadın ve 92 erkek olmak üzere toplam 147 sporcu oluşturmuştur. Katılımcıların demografik bilgilerini belirlemek için araştırmacılar tarafından geliştirilen “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır. E-spora yönelik tutumlarını ölçmek amacıyla ise Savaş ve Turan (2023) tarafından geliştirilen, bilişsel, duygusal ve davranışsal olmak üzere üç alt boyuttan ve toplam 18 maddeden oluşan 5’li Likert tipi “E-Spor Tutum Ölçeği” uygulanmıştır. Verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığı çarpıklık ve basıklık testleri ile incelenmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerinin analizi için frekans analizi, e-spor tutum ölçeği genel ortalama ve alt boyutların ortalamasını tespit etmek için betimsel istatistik uygulanmıştır. İkili gruplar arasındaki farkları test etmek için Bağımsız Örneklem T testi, ikiden fazla grubun karşılaştırılması için ise Tek

- 1 Erzurum Teknik Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Erzurum-ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3865-7134>, muratturan@erzurum.edu.tr
- 2 Erzurum Teknik Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Erzurum- ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8698-6311>, bugra.savas@erzurum.edu.tr
- 3 Erzurum Teknik Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Erzurum- ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2771-2521>, muhammet.mavibas@erzurum.edu.tr

Yönlü ANOVA testi kullanılmıştır. Tek Yönlü ANOVA testinde varyansların homojenliği Levene F testi ile değerlendirilmiş ve tüm varyansların homojen olduğu görülmüştür.

Bulgular: Katılımcıların eğitim düzeylerine göre e-spor tutumlarının karşılaştırılması sonucunda davranışsal alt boyutta anlamlı farklılıklar tespit edilirken, cinsiyet, yaş, spor türü ve sporculuk süresi değişkenlerinde gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Sonuçlar: Eğitim düzeyine göre yapılan karşılaştırmada, lise mezunu katılımcıların, lisans mezunlarına kıyasla daha yüksek bir e-spor tutumuna sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Ayrıca, kış sporları ile uğraşan sporcuların genel e-spor tutumlarının orta düzeyde olduğu belirlenmiştir.

GİRİŞ

Teknoloji alanındaki hızlı gelişmeler, spor alanında da yeni yaklaşımların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu yeniliklerden biri de “elektronik spor” olarak adlandırılan bir alandır. Elektronik sporun ve bilgisayar oyunlarının gelişimi, başlangıçta “arcade” adı verilen salonlarda başlamıştır. İnternetin yaygınlaşması ve LAN (yerel ağ) kafelerinin ortaya çıkışıyla birlikte, oyuncular aynı çatı altında toplanarak arcade salonu anlayışı bir adım ileriye taşınmıştır (Bulut ve ark., 2021). İnternet üzerinden ya da büyük organizasyonlarla kurulan yerel ağ bağlantıları, internet kafelerin yerel rekabet ortamını küresel bir düzeye ulaştırmıştır. Elektronik sporların ilk ödüllü turnuvası “Red Annihilation” adı altında 1997 yılında İngiltere’de düzenlenmiştir. Bu hızlı büyümenin bir sonucu olarak, aynı yıl Angel Munoz adlı bir girişimci tarafından kurulan “Cyberathlete Professional League” (www.computergames.com) adlı organizasyon, dünya çapında elektronik sporlara olan ilgiyi artırmıştır (Ersoy, 2002). Böylece, elektronik spor olarak adlandırılan bu kavram, endüstriyel devrimin bir parçası olmaya başlamış ve büyümeye devam etmektedir (Ayhan, 2002). Günümüzde uluslararası düzeyde birçok resmi ve özel elektronik spor turnuvası düzenlenmektedir. Bu turnuvalar arasında Dünya Kupası (World Cyber Game), Avrupa Şampiyonası (European Nations Championship), Uluslararası Lig (International Premiership Series), Elektronik Spor Amatör Ligi (Esl Amateur Series) ve Elektronik Spor Profesyonel Ligleri (Esl Pro Series) yer almaktadır. Elektronik spor müsabakaları ise farklı kategorilere ayrılmaktadır (Bulut ve ark., 2021).

E-spor, dijital oyunların rekabetçi bir formatta organize edilmesiyle ortaya çıkan ve küresel çapta milyonlarca oyuncu ve izleyiciyi bir araya getiren bir sektör haline gelmiştir. Bu sektör, teknolojinin hızla gelişmesi ve genç nesillerin dijital medyaya olan yoğun ilgisiyle büyümektedir. E-spor,

hem eğlence hem de profesyonel spor bağlamında değerlendirilmektedir ve bu yönüyle birçok ekonomik, sosyal ve kültürel araştırmaya konu olmaktadır (Huettermann ve ark., 2023). Dünya çapında hızla büyüyen bu sektör, 2023 yılı itibarıyla 1.5 milyar doları aşan gelirler üretmiş ve 500 milyondan fazla izleyiciye ulaşmıştır (Jo & Shin, 2024).

Sponsorluk, e-spor sektörünün en önemli gelir kaynaklarından biri olarak öne çıkmaktadır. E-spor izleyicilerinin algıları üzerine yapılan çalışmalar, sponsorlukların, özellikle marka algısı ve satın alma niyetleri üzerinde önemli etkiler yarattığını göstermektedir. Cuesta-Valiño ve ark. (2022), sponsorluk stratejilerinin izleyicilerle daha derin bir bağ kurulmasına katkı sağladığını ve bu bağlamda sponsorların algılanan dürüstlüğü, takım kimliği ve spor etkinliklerinin çekiciliği gibi unsurların belirleyici olduğunu ifade etmektedir. Bu durum, sponsorlar için e-sporun yalnızca bir reklam platformu olmanın ötesinde, marka değerini artıran stratejik bir araç olduğunu ortaya koymaktadır.

E-sporun metaverse ve NFT gibi yeni teknolojilerle olan ilişkisi, sektörün gelişiminde dönüştürücü bir etkiye sahiptir. Metaverse, izleyicilere ve oyunculara sanal ortamda daha etkileşimli ve sürükleyici bir deneyim sunarken, NFT'ler dijital varlıkların sahiplenilmesi ve ticareti gibi yenilikçi gelir modellerini mümkün kılmaktadır. Jo ve Shin (2024), metaverse'in e-spor etkinliklerini dijital ortamda yeniden tanımlayarak hem organizatörler hem de izleyiciler için yeni fırsatlar sunduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda, e-spor ekosistemi, teknolojinin sunduğu bu yenilikçi araçlarla daha geniş bir kitleye erişim sağlamaktadır.

Pandemi dönemi, e-sporun sosyal bağlantı ve psikolojik sağlık üzerindeki potansiyel etkilerini anlamak için önemli bir fırsat sunmuştur. Shan ve ark. (2023), e-spor katılımının özellikle sosyal izolasyon dönemlerinde bireylerin sosyal bağlılıklarını artırmada önemli bir rol oynadığını ve bu yönüyle sosyal bir araç olarak değerlendirilebileceğini göstermiştir. Aynı şekilde, Soares ve ark. (2022), e-sporun sosyal bağlantıyı güçlendirerek depresyon, kaygı ve stres gibi psikolojik sorunların azaltılmasına yardımcı olabileceğini ifade etmektedir. Bu bulgular, e-sporun yalnızca bir eğlence aracı olmaktan ziyade, sosyal ve psikolojik destek sağlayan bir platform olarak da değerlendirilebileceğini ortaya koymaktadır.

E-sporun sosyal kabulü ve algılanışı, farklı kültürel bağlamlarda çeşitlilik göstermektedir. Çin'deki e-spor izleyicileri üzerinde yapılan bir araştırma, izleyicilerin takım kimliği, geçmiş deneyimlerden duyulan memnuniyet ve eğlence motivasyonlarının izleme niyetlerini güçlü bir şekilde etkilediğini ortaya koymuştur (Shi & Ren, 2023). Buna ek olarak, Hong Kong'da

yapılan bir başka çalışma, e-sporun gençler arasında sosyal ağlar geliştirmede ve dijital becerilerin kazandırılmasında önemli bir rol oynadığını, ancak sınırlı kaynakların bu alandaki gelişimi engellediğini göstermiştir (Chung ve ark., 2022). Bu bulgular, e-sporun sosyal bağlamda gençlerin becerilerini geliştirmek ve toplumsal katılımı artırmak için kullanılabileceğini göstermektedir.

E-sporun geleneksel sporlardan farklılaşan yapısı da akademik bir ilgi alanı oluşturmaktadır. Hamari ve Sjöblom (2017) tarafından yapılan bir çalışma, e-sporun geleneksel sporlarla benzer motivasyonlara sahip olduğunu, ancak dijital platformlarda gerçekleşmesi nedeniyle izleyici katılımı ve etkileşiminde farklı dinamiklere sahip olduğunu ifade etmektedir. Bu durum, e-sporun spor olarak tanımlanıp tanımlanamayacağına dair süregelen tartışmaları beslemekte ve sektörü anlamak için daha fazla araştırmayı gerektirmektedir.

E-sporun toplumsal kabulünün önündeki en büyük engellerden biri, genellikle video oyunlarının akademik başarıyı engellediği veya zararlı bir bağımlılık yarattığı yönündeki olumsuz algılardır (Chung ve ark., 2022). Ancak, e-sporun profesyonelleşmesi ve akademik kurumlar tarafından tanınması, bu algıları değiştirmeye başlamıştır. Üniversiteler tarafından sunulan e-spor bursları ve eğitim programları, bu alanın bir kariyer seçeneği olarak kabul görmesine katkı sağlamaktadır.

E-Spor, Elektronik Spor kavramının kısaltmasıdır. Durak (2020)'a göre, E-Spor, çevrimiçi video oyunları aracılığıyla spor ortamında görülen rekabet ve takımlar arasındaki mücadeleyi birleştiren modern bir spor dalıdır. Wagner (2006) ise E-Sporu, profesyonel kurallar çerçevesinde dijital ortamda oynanan karşılıklı bilgisayar oyunları olarak tanımlamaktadır. E-Sporun geçmişten günümüze olan gelişimi iki ana dönemde ele alınabilir: Atari döneminden internetin yaygınlaşmasına kadar olan süreç ve internet sonrası dönem. Şakar (2021), Atari oyunlarının ortaya çıkışıyla oyun kültürünün gelişmeye başladığını ifade etmektedir. 1980'lerin sonlarında popülerleşen oyunlardan elde edilen gelir, oyun sektörünün büyüklüğünü gözler önüne sermiş ve bu alanın bir sektör haline gelmesine olanak sağlamıştır. 1990'ların sonunda internetin yaygınlaşması ve elektronik cihazların daha erişilebilir hale gelmesiyle dijital oyunlar herkesin evine girmiş, internetin sunduğu "çevrimiçi" olma özelliği dijital oyunlara farklı bir boyut katmıştır (Şakar, 2021). Bu durum, E-Spor oyuncularının farklı ülkelerden rakiplerle yarışmasına ve kendilerini kanıtlamasına fırsat vermiştir. Günümüzde E-Spor, insanların ruhsal olarak rahatlamasını sağlayan, her yaşta insana hitap eden ve aynı zamanda yeni iş olanakları sunan bir alan haline gelmiştir (Alioğlu & Algül, 2021).

Elektronik sporu, modern spor tanımlarıyla karşılaştırdığımızda, gönüllü ve içsel motivasyona dayalı bir oyun olduğu görülmektedir. Her ne kadar kuralların yönetimi zor olsa da belirli bir süre, katılımcı sayısı gibi kurallar mevcuttur ve sonucunda kazanan ve kaybedenin olduğu bir karşılaşma söz konusudur. Bu karşılaşmalar, strateji, takım motivasyonu ve taktik gibi beceriler gerektirmektedir. Bir e-sporcunun, klavye ve fare kullanarak dakikada 400 hareket yapılabilmesi, fiziksel yetenek bağlamında önemli bir gösterge olarak kabul edilmektedir. Dünya E-Spor Oyunları ve Dünya Siber Oyunları gibi organizasyonların yanı sıra Uluslararası E-Spor Federasyonu gibi yönetici organlar bulunmaktadır (Jenny ve ark., 2017; Schaeperkoetter ve ark., 2017; Yüksekü & Kaplanoğlu, 2018).

E-spor, pek çok spor dalında olduğu gibi hem zihinsel hem de fiziksel yeteneklerin bir arada kullanılmasını gerektiren bir spor dalıdır. Bu spor, okçuluktaki hızlı tepki süresi, futboldaki güçlü refleksler ve satrançtaki stratejik düşünme becerisi gibi farklı niteliklere ihtiyaç duyar ve bu yönleriyle birçok spor dalıyla benzerlikler taşır (Akın, 2008). Dijital oyunların farklı platformlarda, çeşitli ekipmanlarla oynanması, oyuncularını mesafe gözetmeksizin rekabetçi bir ortamda bir araya getirmekte ve bu mücadelelerin geniş kitleler tarafından izlenebilmesi, E-sporun bir spor dalı olarak kabul görmesine katkı sağlamaktadır (Kane ve ark., 2017). Kış sporlarının hem adrenalin hem de doğa sporu olmasından dolayı bu sporla ilgilenen bireylerin çok yönlü bir bakış açısına sahip olmaları da önemli bir durumu ifade etmektedir. Özellikle üniversite öğrencilerinin kış sporlarına bakış açısına bağlı olarak e-sporla yönelimleri de kış sporlarının e-spor uygulamalarında önemli bir yer tutacaktır (Turan ve ark. 2022).

Bu araştırma, kış sporları sporcularının e-spora yönelik tutumlarını incelemeyi ve geleneksel sporlar ile dijital sporlar arasındaki ilişkiyi anlamayı amaçlamaktadır. E-sporun, sporcuların zihinsel dayanıklılık, stratejik düşünme ve boş zamanlarını değerlendirme gibi alanlardaki etkisi, kış sporcularının performans ve motivasyon süreçlerine katkıda bulunabilir. Kış sporcularının mevsimsel aralarda e-sporla ilgilenmeleri, onların teknolojiye adaptasyonlarını ve yeni rekabetçi platformlara yönelimlerini anlamak açısından önemlidir. Bu çalışma, kış sporları ve e-spor arasındaki sinerjiyi araştırarak, spor yönetimi ve antrenman süreçlerinde yenilikçi yaklaşımlar geliştirilmesine katkı sağlamayı hedeflemektedir.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, Erzurum ilinde kış sporlarıyla ilgilenen sporcuların e-spora yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Son yıllarda hızla gelişen ve geniş bir kitleye hitap eden e-spor, özellikle gençler arasında ilgi görmektedir. Bu bağlamda, kış sporlarıyla uğraşan sporcuların e-spora yönelik tutumlarının incelenmesi, bu yeni nesil spor dalına olan bakış açılarını ve ilgilerini anlamak açısından önem taşımaktadır.

Araştırma Modeli

Bu araştırma, Erzurum ilinde kış sporları yapan sporcuların e-spor tutum düzeylerinin belirli değişkenler açısından değerlendirilmesini amaçlayan betimsel bir tarama modeline dayanmaktadır. Tarama modelinde, mevcut veya geçmiş bir durum olduğu gibi, herhangi bir değişiklik yapılmadan ortaya konulmaktadır (Karasar, 2008).

Araştırma Grubu

Çalışmanın evrenini Erzurum'da kış sporlarıyla ilgilenen sporcular oluştururken, örneklem grubunu gönüllü olarak katılan 55 kadın, 92 erkek olmak üzere toplam 147 sporcu oluşturmuştur. Çalışma grubunu oluşturan bireylerin bazı demografik bilgileri Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Çalışma grubuna dair demografik bilgiler

Değişkenler	Kategoriler	N	%
Cinsiyet	Kadın	55	37.4
	Erkek	92	62.6
Yaş	17-19 yaş	68	46.3
	20-22 yaş	52	35.4
	23 yaş ve üzeri	27	18.4
Spor Türü	Takım sporları	82	55.8
	Bireysel sporlar	65	44.2
Eğitim Durumu	Lise	50	34.0
	Lisans	97	66.0
Sporculuk Süresi	1-3 yıl	41	27.9
	4-6 yıl	46	31.3
	7 yıl ve üzeri	60	40.8

Tablo 1 incelendiğinde, araştırmaya katılan katılımcıların 55'i kadın (%37,4), 92'si erkektir (%62,6). Yaş dağılımına göre, 68'i (%46,3) 17 ile 19 yaş arasında, 52'si (%35,4) 20 ile 22 yaş arasında ve 27'si ise (%18,4) 23 yaş ve üzerindedir. Katılımcıların 82'si (%55,8) takım sporlarıyla, 65'i (%44,2) bireysel sporlarla ilgilenmektedir. Eğitim durumuna göre, 50'si (%34,0) lise, 97'si (%66,0) lisans seviyesindedir. Sporculuk süresi açısından, 41'i (%27,9) 1 ile 3 yıl arasında, 46'sı (%31,3) 4 ile 6 yıl arasında ve 60'i (%40,8) 7 yıl ve üzeri deneyime sahiptir.

Veri Toplama Araçları

Kişisel Bilgi Formu

Katılımcıların demografik özelliklerini (Cinsiyet, Yaş, Spor Türü, Eğitim Durumu ve Sporculuk Süresi) tespit etmek amacıyla araştırmacılar tarafından oluşturulan “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır.

E-Spor Tutum Ölçeği

E-Spor tutum ölçeği, Savaş ve Turan (2023) tarafından geliştirilmiştir. Toplamda 18 maddeden ve 3 alt boyuttan oluşan ölçek 5'li likert tipindedir. Derecelendirme (5) “kesinlikle katılıyorum” (4) “katılıyorum”, (3) “katılıyorum”, (2) “katılmıyorum” ve (1) “kesinlikle katılmıyorum” biçimindedir. Ölçekte 3 madde ters kodlanmaktadır. İlgili alt boyutlar bilişsel (1,2,3,4,5,6), duyuşsal (7,8,9,10,11,12) ve davranışsaldır (13,14,15,16,17,18). Savaş ve Turan (2023) tarafından yapılan geçerlilik ve güvenilirlik çalışmasında, ölçeğin tamamı için Cronbach Alpha katsayısını 0.92, bilişsel, duyuşsal ve davranışsal alt boyutları için ise sırasıyla 0.93, 0.88 ve 0.88 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin bu araştırma için yapılan güvenilirlik testleri sonucunda tamamı için Cronbach Alpha katsayısı 0.897, bilişsel, duyuşsal ve davranışsal alt boyutları için ise sırasıyla 0.765, 0.756 ve 0.801 olduğu saptanmıştır (Tablo 2). Cronbach Alpha değerinin 0.70 üzerinde olması ölçeğin güvenilirliğine kanıt sağlamaktadır (Alpar, 2013). Bu sonuçlar çerçevesinde ölçeğin araştırma için güvenilir olduğuna karar verilmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmaya dahil edilen katılımcılardan alınan verilerin istatistiksel analizi için Windows 11 altında çalışan Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versiyon 22 yazılımı kullanılmıştır. Verilerin normal dağılıma uygunluğu çarpıklık ve basıklık testleri kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırmada tüm veriler ortalama (\bar{X}) ve standart sapma (SS) olarak sunulmuştur. İkili karşılaştırma grupları için Bağımsız Örneklem T testi, ikiden fazla karşılaştırma grupları için ise One-Way ANOVA testi kullanılmıştır. One-

Way ANOVA testinde varyansların homojenliği Levene F testi ile analiz edilmiş ve tüm varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, ANOVA tablosu yorumlanmıştır. Çalışmada kullanılan ölçeğe ve alt boyutlarına verilen yanıtların tutarlılığı Cronbach Alpha ($C\alpha$) katsayısı ile incelenmiş ve Tablo 2’de sunulmuştur. Tüm analizlerde anlamlılık düzeyi olarak $\alpha < 0.05$ olarak kabul edilmiştir.

BULGULAR

Tablo 2. Araştırma Kapsamında E-Spor Tutum Ölçeği Toplam Puanı ve Alt Boyutlarına Verilen Cevapların Tanımlayıcı İstatistikleri.

Boyutlar	n	\bar{X}	SS	Çarpıklık	Basıklık	$C\alpha$
Bilişsel Alt Boyut	147	3.54	0.79	-1.414	1.989	0.765
Duyuşsal Alt Boyut	147	3.43	0.75	-1.274	2.429	0.756
Davranışsal Alt Boyut	147	3.04	0.91	-0.334	-0.353	0.801
Toplam	147	3.34	0.72	-1.198	2.028	0.897

Tablo 2’de araştırmada kullanılan ölçme aracına ait elde edilen puanların ortalamaları verilmiştir. Katılımcıların bilişsel alt boyut ortalaması 3.54 ± 0.79 , duyuşsal alt boyut ortalaması 3.43 ± 0.75 ve davranışsal alt boyut ortalaması 3.04 ± 0.91 olarak belirlenmiştir. Katılımcıların E-Spor tutum ölçeği toplam puan ortalaması ise 3.34 ± 0.72 olarak tespit edilmiştir. Ölçme aracından ve alt boyutlardan edinilen puanların çarpıklık değerlerinin -2 ile +2, basıklık değerleri için ise -7 ile +7 arasında olması nedeniyle (Hair ve ark., 2010; Byrne, 2010; Garson, 2012) verilerin normal dağılım gösterdiği değerlendirilmiştir.

Tablo 3. Cinsiyet Değişkeni Açısından E-Spor Tutum Ölçeği Toplam Puanı ve Alt Boyutları Ortalamalarının Karşılaştırılması

Boyutlar	Kategori	n	\bar{X}	SS	t	p
Bilişsel Alt Boyut	Erkek	92	3.56	0.76	0.369	0.712
	Kadın	55	3.51	0.85		
Duyuşsal Alt Boyut	Erkek	92	3.45	0.68	0.369	0.713
	Kadın	55	3.40	0.87		
Davranışsal Alt Boyut	Erkek	92	3.10	0.87	0.855	0.394
	Kadın	55	2.96	0.96		
Toplam	Erkek	92	3.37	0.67	0.623	0.534
	Kadın	55	3.29	0.80		

Tablo 3'te, e-sport tutum ölçeği toplam puanı ve alt boyutları ortalamalarının cinsiyet değişkeni açısından karşılaştırılmasına yönelik yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçları sunulmaktadır. Sonuçlar incelendiğinde, cinsiyet değişkeni açısından bilişsel, duyuşsal ve davranışsal alt boyutlar ile e-sport tutum ölçeği toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (sırasıyla, $t = 0.369$, $p = 0.712$; $t = 0.369$, $p = 0.713$; $t = 0.855$, $p = 0.394$ ve $t = 0.623$, $p = 0.534$).

Tablo 4. Yaş Değişkeni Açısından E-Spor Tutum Ölçeği Toplam Puanı ve Alt Boyutları Ortalamalarının Karşılaştırılması

Boyutlar	Kategori	n	\bar{X}	SS	$F_{(144,2)}$	p
Bilişsel Alt Boyut	17-19 yaş	68	3.54	0.79	0.067	0.935
	20-22 yaş	52	3.55	0.76		
	23 yaş ve üzeri	27	3.49	0.90		
Duyuşsal Alt Boyut	17-19 yaş	68	3.44	0.71	0.562	0.571
	20-22 yaş	52	3.36	0.75		
	23 yaş ve üzeri	27	3.54	0.87		
Davranışsal Alt Boyut	17-19 yaş	68	3.12	0.84	1.392	0.252
	20-22 yaş	52	2.88	0.93		
	23 yaş ve üzeri	27	3.18	0.99		
Toplam	17-19 yaş	68	3.37	0.65	0.448	0.640
	20-22 yaş	52	3.26	0.73		
	23 yaş ve üzeri	27	3.40	0.87		

Tablo 4'te, e-spor tutum ölçeği toplam puanı ve alt boyutları ortalamalarının yaş değişkeni açısından karşılaştırılmasına yönelik yapılan tek yönlü ANOVA sonuçları sunulmaktadır. Sonuçlar incelendiğinde, yaş değişkeni açısından bilişsel, duyuşsal ve davranışsal alt boyutlar ile e-spor tutum ölçeği toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (sırasıyla, $F_{(144,2)} = 0.067$, $p = 0.935$; $F_{(144,2)} = 0.562$, $p = 0.571$; $F_{(144,2)} = 1.392$, $p = 0.252$ ve $F_{(144,2)} = 0.448$, $p = 0.640$).

Tablo 5. Spor Türü Değişkeni Açısından E-Spor Tutum Ölçeği Toplam Puanı ve Alt Boyutları Ortalamalarının Karşılaştırılması

Boyutlar	Kategori	n	\bar{X}	SS	t	p
Bilişsel Alt Boyut	Takım sporları	82	3.57	0.74	0.612	0.541
	Bireysel sporlar	65	3.49	0.86		
Duyuşsal Alt Boyut	Takım sporları	82	3.45	0.69	0.388	0.699
	Bireysel sporlar	65	3.40	0.83		
Davranışsal Alt Boyut	Takım sporları	82	3.03	0.88	0.178	0.859
	Bireysel sporlar	65	3.06	0.94		
Toplam	Takım sporları	82	3.35	0.67	0.285	0.776
	Bireysel sporlar	65	3.32	0.78		

Tablo 5'te, e-spor tutum ölçeği toplam puanı ve alt boyutları ortalamalarının spor türü değişkeni açısından karşılaştırılmasına yönelik yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçları sunulmaktadır. Sonuçlar incelendiğinde, spor türü değişkeni açısından bilişsel ($t= 0.612$, $p= 0.541$), duyuşsal ($t= 0.388$, $p= 0.699$) ve davranışsal alt boyutlar ($t= 0.178$, $p= 0.859$) ile e-spor tutum ölçeği toplam puan ortalamaları ($t= 0.285$, $p= 0.776$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Tablo 6. Eğitim Durumu Değişkeni Açısından E-Spor Tutum Ölçeği Toplam Puanı ve Alt Boyutları Ortalamalarının Karşılaştırılması

Boyutlar	Kategori	n	\bar{X}	SS	t	p
Bilişsel Alt Boyut	Lise	50	3.56	0.83	0.247	0.805
	Lisans	97	3.52	0.78		
Duyuşsal Alt Boyut	Lise	50	3.49	0.66	0.735	0.464
	Lisans	97	3.40	0.80		
Davranışsal Alt Boyut	Lise	50	3.28	0.83	2.238	0.027
	Lisans	97	2.93	0.93		
Toplam	Lise	50	3.44	0.63	1.278	0.203
	Lisans	97	3.28	0.76		

Tablo 6'da e-spor tutum ölçeği toplam puanı ve alt boyutları ortalamalarının eğitim durumu değişkeni açısından karşılaştırılmasına yönelik yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçları sunulmaktadır. Sonuçlar

incelendiğinde, eğitim durumu değişkeni açısından bilişsel, duyuşsal ve e-spor tutum ölçeği toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (sırasıyla, $t = 0.247$, $p = 0.805$; $t = 0.735$, $p = 0.464$; ve $t = 1.278$, $p = 0.203$). Öte yandan, eğitim düzeyi lise seviyesinde olan katılımcıların davranışsal alt boyut ortalaması (3.28 ± 0.83), eğitim düzeyi lisans seviyesinde olan katılımcıların ortalamasına (2.93 ± 0.93) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğu saptanmıştır ($t = 2.238$, $p = 0.027$).

Tablo 7. Sporculuk Süresi Değişkeni Açısından E-Spor Tutum Ölçeği Toplam Puanı ve Alt Boyutları Ortalamalarının Karşılaştırılması

Boyutlar	Kategori	n	\bar{X}	SS	$F_{(144,2)}$	P
Bilişsel Alt Boyut	1-3 yıl	41	3.45	0.85	0.470	0.626
	4-6 yıl	46	3.52	0.84		
	7 yıl ve üzeri	60	3.61	0.72		
Duyuşsal Alt Boyut	1-3 yıl	41	3.30	0.80	1.223	0.297
	4-6 yıl	46	3.41	0.73		
	7 yıl ve üzeri	60	3.53	0.73		
Davranışsal Alt Boyut	1-3 yıl	41	3.00	0.97	0.242	0.785
	4-6 yıl	46	3.12	0.88		
	7 yıl ve üzeri	60	3.02	0.89		
Toplam	1-3 yıl	41	3.25	0.79	0.445	0.641
	4-6 yıl	46	3.35	0.70		
	7 yıl ve üzeri	60	3.39	0.69		

Tablo 7'de e-spor tutum ölçeği toplam puanı ve alt boyutları ortalamalarının sporculuk süresi değişkeni açısından karşılaştırılmasına yönelik yapılan tek yönlü ANOVA sonuçları sunulmaktadır. Sonuçlar incelendiğinde, sporculuk türü değişkeni açısından bilişsel, duyuşsal ve davranışsal alt boyutlar ile e-spor tutum ölçeği toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (sırasıyla, $F_{(144,2)} = 0.470$, $p = 0.626$; $F_{(144,2)} = 1.223$, $p = 0.297$; $F_{(144,2)} = 0.242$, $p = 0.785$ ve $F_{(144,2)} = 0.445$, $p = 0.641$).

TARTIŞMA VE SONUÇ

Modern çağ ile birlikte teknoloji alanındaki gelişmeler insanların dijital teknolojilere oldukça zaman ayırmasına neden olabilmektedir. Özellikle

önceden eğlence merkezlerinde insanların zaman harcadığı bilgisayar ve oyun konsolları son yıllarda birçok kişinin satın alarak evinde ve ofisinde bireysel oynamaya ek olarak internet aracılığı ile küresel ağlarda rekabet edebilmektedirler. Kış sporları doğayla mücadele eden insanın bedensel hareketlerini yansıttığı bir mücadelenin karşılığıdır. Günümüz dünyasında dijitalleşen hayatın içerisinde doğa şartlarının ağır olmasına maruz kalmadan yapılacak antrenman ve müsabaka ortamları da bir değişim yaşamaktadır. Burada insanın doğası gereği mücadele her ortamda verilebilmektedir. Bazen insanlar doğaya çıkıp aktif spor yapabiliyorken bazen de bilgisayar karşısında bu mücadeleyi ekran komutları aracılığıyla yapabilmektedir (Alaeddinoğlu, Kaya, 2016). Bilgisayar ve oyun konsollarının yanı sıra akıllı telefonlardan da bu deneyimi yaşanabilmektedir. Akıllı telefonlardaki uygulama marketleri incelendiğinde çok fazla sayıda rekabete dayalı oyunların olduğu ve bu oyunların milyonlarca kişi tarafından indirilerek oynandığı görülmektedir. Bu durumun akıllı telefon kullanan kişilerin e-spora olan ilgilerini artırdığını gösterebilmektedir. Geleneksel spor ile ilgilenen sporcuların sürekli rekabet halinde olduklarından dolayı psikolojik olarak bu tür oyunlara da yönelebilecekleri düşünülmektedir. Kış sporu ile ilgilenen sporcuların yarışmaları belirli aylarda yapıldığından dolayı kış sporcularının rekabet motivasyonlarını dijital rekabet içeren oyunlar ile karşılama girişiminden bulunacakları varsayımı ile bu araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu gerekçe ile yapılan bu çalışmada elde edilen bulgular incelendiğinde kış sporları ile ilgilenen sporcuların bilişsel alt boyut ortalamalarının “Yüksek” düzeyde, duyuşsal alt boyut ortalamalarının “Yüksek” düzeyde, davranışsal alt boyut ortalamalarının “Orta” düzeyde, genel e-spor tutum düzeylerinin ise “Orta” düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçların sebebinin ise sporcuların e-spora ilişkin yeterince bilgi sahibi oldukları ve e-sporlara karşı ilgilerinin olduğu fakat sürekli antrenman yapmaları ve yarışmalara katılmaları sebebiyle serbest zaman yetersizliğinden dolayı e-sporu tam olarak davranışsal boyuta taşıyamadıkları düşünülmektedir.

Katılımcıların e-spor tutumlarının cinsiyetlerine göre karşılaştırılması sonucunda, gruplar arasında anlamlı farklılıklara rastlanmamıştır. Benzer düzeyde e-spor tutumuna sahip oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların e-spor tutumlarının cinsiyetlerine göre farklılık göstermemesi, e-sporun hem kadınlar hem de erkekler arasında giderek popülerleşmesi ve ilgi düzeylerinin benzerleşmesiyle açıklanabilir.

Katılımcıların e-spor tutumlarının yaşlarına göre karşılaştırılması sonucunda, gruplar arasında anlamlı farklılıklara rastlanmamıştır. Farklı yaş gruplarının benzer düzeyde e-spor tutumuna sahip oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların e-spor tutumlarının yaşlarına göre anlamlı bir fark

göstermemesinin sebepleri arasında, e-sporun farklı yaş grupları için benzer şekilde cazip ve eğlenceli bir etkinlik olması yer alabilir. Ayrıca, e-sporun yalnızca oyun oynama değil, izleyicilik, topluluk etkileşimi ve rekabetçi bir alan olarak her yaş grubuna hitap edebilecek çok yönlü bir yapıya sahip olması, bu tutum benzerliğini açıklayabilir.

Katılımcıların e-spor tutumlarının yaptıkları spor branşı türüne göre karşılaştırılması sonucunda, gruplar arasında anlamlı farklılıklara rastlanmamıştır. Hem takım hem de bireysel sporlar ile ilgilenen sporcuların benzer düzeyde e-spor tutumuna sahip oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların e-spor tutumlarının, yaptıkları spor branşı türüne göre anlamlı bir fark göstermemesi, e-sporun artık çok daha geniş bir kitleye hitap etmesi ve geleneksel sporlardan bağımsız olarak popülerleşmesiyle açıklanabilir. Hem takım hem de bireysel sporcular, dijital dünyada e-spor hakkında benzer bilgilere sahip olup, aynı medya platformlarından etkileniyor olabilirler.

Katılımcıların e-spor tutumlarının yaptıkları spor branşı türüne göre karşılaştırılması sonucunda, bilişsel ve duyuşsal alt boyutları ile genel e-spor tutumlarında gruplar arasında anlamlı farklılıklara rastlanmamış olup davranışsal boyutta anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre lise eğitimi düzeyinde olanların lisans eğitim düzeyinde olanlara oranla daha yüksek düzeyde davranışsal boyutta e-spora ilişkin tutumlarının olduğu tespit edilmiştir. Davranışsal boyutta anlamlı bir fark bulunması, lise eğitimi düzeyindeki bireylerin e-spora ilişkin daha aktif bir tutum sergilemeleriyle açıklanabilir. Lise öğrencileri, e-spora olan ilgilerini ve katılımlarını daha fazla gösteriyor olabilirler, çünkü bu yaş grubunun dijital oyunlara, çevrimiçi etkileşimlere ve eğlenceye olan ilgisi genellikle daha yüksektir. Buna karşılık, lisans eğitimi düzeyindeki bireyler, daha fazla akademik sorumluluk ve farklı yaşam odakları nedeniyle e-spor ile ilgili davranışsal düzeyde daha düşük bir katılım gösterebilirler.

Kış sporları ile ilgilenen sporcuların e-spor tutumlarının sporculuk sürelerine göre karşılaştırılması sonucunda, gruplar arasında anlamlı farklılıklara rastlanmamıştır. Farklı sporculuk süresine sahip olanların benzer düzeyde e-spor tutumuna sahip oldukları tespit edilmiştir. Kış sporları, fiziksel ve teknik becerilere dayalı olarak yoğun antrenman ve disiplin gerektiren branşlar olsa da, sporcuların e-sporla ilgili tutumları büyük ölçüde bireysel ilgi alanlarına, dijital medya kullanımına ve kişisel tercihlere dayanıyor olabilir. Dolayısıyla, sporculuk süresi ne kadar uzun olursa olsun, e-sporla ilgili tutumlar arasında önemli bir farklılık ortaya çıkmamış olabilir. Ayrıca, kış sporları sporcularının e-spora olan ilgisi, sporculuk sürelerinden bağımsız olarak benzer düzeyde gelişmiş olabilir.

Bu bulgular, kış sporları sporcularının e-spor tutumlarına ilişkin önemli veriler sağlamaktadır. Katılımcıların bilişsel ve duygusal alt boyutlarda yüksek, davranışsal alt boyutta ise orta düzeyde tutum sergiledikleri görülmüştür. Bu durum, sporcuların e-spor hakkında bilgi sahibi olduklarını ve ilgi duyduklarını, ancak bu ilgiyi davranışsal bir katılıma dönüştürememelerinin zaman ve motivasyon eksikliği gibi faktörlerden kaynaklanabileceğini göstermektedir. Özellikle yoğun antrenman programları ve yarışma takvimleri, bu davranışsal kısıtlamaların temel nedenleri arasında sayılabilir.

Araştırmada cinsiyet, yaş, spor türü ve sporculuk süresi gibi değişkenler açısından anlamlı farklılıkların bulunmaması, e-sporun farklı demografik gruplara eşit şekilde hitap ettiğini göstermektedir. Bu bulgu, e-sporun popüleritesini destekleyen literatürdeki önceki çalışmalarla uyumludur. Örneğin, Hamari ve Sjöblom'un (2017) e-spor motivasyonları üzerine yaptığı çalışmada, e-sporun sosyal bağlar ve eğlence faktörleri üzerinden geniş bir kitleyi etkilediği vurgulanmıştır. Ayrıca, Seo ve Jung'un (2016) çalışması, e-sporun özellikle genç kitleler arasında yalnızca bir oyun olarak değil, aynı zamanda bir topluluk oluşturma aracı olarak da görüldüğünü göstermiştir.

Soares ve ark. (2022), COVID-19 pandemisi sırasında e-sporun sosyal bağlantılar üzerindeki olumlu etkilerini ele almış ve e-sporun bireylerin izolasyon sırasında sosyal bağlarını güçlendirdiğini ortaya koymuştur. Bu, e-sporun sosyal bağlanma mekanizması olarak işlev gördüğüne dair güçlü bir kanıt sunmaktadır. Benzer şekilde, Qian ve arkadaşlarının (2020) e-spor tüketici motivasyonları üzerine yaptıkları çalışmada, e-sporun izleyicilik ve katılımcılık açısından bireylerin sosyal ihtiyaçlarını karşıladığı belirtilmiştir.

Eğitim düzeyi açısından lise mezunlarının lisans mezunlarına kıyasla davranışsal alt boyutta daha yüksek e-spor tutumları sergiledikleri görülmüştür. Bu durum, lise mezunlarının dijital oyunlara daha fazla zaman ayırabilmeleri ve bu oyunlara olan ilgilerinin daha yüksek olmasıyla açıklanabilir. Aynı şekilde, Kim ve Kim'in (2009) çalışması, genç bireylerin e-spor etkinliklerine olan ilgisinin takım kimliği ve rekabet gibi unsurlarla güçlendiğini ortaya koymuştur.

Araştırma bulgularında, spor branşı açısından anlamlı bir fark bulunmaması, e-sporun hem takım hem de bireysel sporcular arasında eşit derecede popüler olduğunu göstermektedir. Bu, Seo'nun (2013) e-spor üzerine yaptığı çalışmada ortaya konan, e-sporun bireysel becerilerden ziyade stratejik düşünme ve topluluk oluşturma yönüyle öne çıktığı bulgusuyla uyumludur. Ayrıca, Şakar'ın (2021) e-spor kültürü üzerine yaptığı araştırma,

bireylerin sosyal medya ve dijital platformlar aracılığıyla e-spora olan ilgisinin arttığını vurgulamıştır.

Sporculuk süresi açısından anlamlı bir fark olmaması, e-sporun bireysel ilgi ve dijital medya kullanımıyla şekillendiğini düşündürmektedir. Tang ve Fox'un (2016) çalışması, bireylerin dijital oyunlarla olan etkileşimlerinin yaşam boyu sürdüğünü ve bu tür etkinliklere olan ilgilerinin, profesyonel spor deneyimlerinden bağımsız olarak şekillendiğini ortaya koymuştur. Bu bulgu, sporculuk süresine dayalı farklılıkların neden sınırlı olduğunu açıklayabilir.

E-sporun sosyal bağları güçlendirme ve bireylerin rekabetçi ruhunu tatmin etme potansiyeli, eğitim ve spor yönetimi alanında yenilikçi yaklaşımlar geliştirilmesine olanak tanımaktadır. Jenny ve arkadaşları (2017), e-sporun eğitim kurumları tarafından bir öğrenme aracı olarak kullanılabilirliğini ve genç bireylerin dijital becerilerinin geliştirilmesine katkıda bulunabileceğini belirtmiştir. Ayrıca, Durak (2020), e-sporun ekonomik bir endüstri olarak büyüyerek yeni kariyer olanakları sunduğunu ve gençler için hem eğlence hem de meslek fırsatları yarattığını göstermiştir.

Bu araştırma, kış sporcularının e-spor tutumlarına yönelik önemli bulgular sunmakla birlikte, daha kapsamlı sonuçlar elde etmek için şu öneriler geliştirilebilir: Öncelikle, daha geniş bir örneklem grubuyla çalışılarak farklı bölgelerdeki sporcuların e-spor tutumları karşılaştırılabilir. Ayrıca, sporcuların e-spora olan ilgilerini etkileyen motivasyonel ve psikolojik faktörlerin derinlemesine incelenmesi, sonuçların daha iyi yorumlanmasına katkı sağlayabilir. E-sporun fiziksel ve zihinsel antrenman süreçlerine entegrasyonu üzerine çalışılarak, bu alanın geleneksel sporlara sağlayabileceği potansiyel katkılar değerlendirilebilir. Son olarak, e-sporun sporcuların performans, motivasyon ve sosyal bağlantıları üzerindeki etkilerini uzun dönemli araştırmalarla analiz etmek, bu alandaki akademik literatüre önemli katkılar sunacaktır.

Kaynakça

- Akın, E. (2008). Elektronik spor: Türkiye'deki elektronik sporcular üzerine bir araştırma, (Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı, Eskişehir.
- Alaeddinoglu, V., & Kaya, İ. (2016) Türkiye Kayak Milli Takımları Alp Disiplini ve Kuzey Disiplini Sporcularının Antropometrik ve Fizyolojik Özelliklerinin Karşılaştırılması, *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 116-123
- Alioğlu, M., & Algül, A. (2021). Türkiye'de Dijital Oyun Durumu: E-Spor Oyuncularının Değerlendirmeleriyle League of Legends Örneği. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 121-154.
- Alpar, R. (2013). Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler. Detay Yayıncılık.
- Ayhan, A. (2002). Düünden bugüne Türkiye'de bilim-teknoloji ve geleceğin teknolojileri. Gürış Holding.
- Bulut, Ç., Duman, S., Şahin, H. M., Duman, G., & Uluç, E. A. (2021). Spor turizminde inovasyonel yaklaşımlar: E-spor. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(4), 396-412.
- Byrne, B. M. (2010). Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications and programming. 2nd Ed. New York: Routledge Taylor & Francis Group. 396 p.
- Chung, P. K., Ou, K. L., Wong, M. Y. C., Lau, K. L., & Leung, K. M. (2022). Investigation of Hong Kong students' Esports participation intentions using the theory of planned behavior approach: A structural equation model. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022(1), 6405085.
- Cuesta-Valiño, P., Gutiérrez-Rodríguez, P., & Loranca-Valle, C. (2022). Sponsorship image and value creation in E-sports. *Journal of Business Research*, 145, 198-209.
- Durak, E. (2020). Türkiye'de Espor Takımları Erişim Adresi <https://technotoday.com.tr/turkiyede-espor-takimlari> Erişim Tarihi: 08.07.2021.
- Durak, E. (2020). Türkiye'de Espor Takımları. Technotoday.
- Ersoy, A. (2002). İlköğretim 4. ve 5. sınıf öğrencilerinin internet kullanma durumları, (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İlköğretim Ana Bilim Dalı, Eskişehir.
- Garson, D. (2012). Partial least squares: Regression and path modeling. Ashboro, NC: Statistical Publishing Associates.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate Data Analysis: A Global Perspective: Pearson Education International. New Jersey.

- Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet Research*, 27(2), 211-232.
- Huettermann, M., Trail, G. T., Pizzo, A. D., & Stallone, V. (2023). Esports sponsorship: An empirical examination of esports consumers' perceptions of non-endemic sponsors. *Journal of Global Sport Management*, 8(2), 524-549.
- Jenny, S. E., Manning, R. D., Keiper, M. C., & Olrich, T. W. (2017). Virtual (ly) athletes: where eSports fit within the definition of "Sport". *Quest*, 69(1), 1-18.
- Jo, H., & Shin, S. A. (2024). Investigating viewer engagement in esports through motivation and attitudes toward metaverse and NFTs. *Scientific Reports*, 14(1), 19934.
- Kane, D., & Spradley, B. D. (2017). Recognizing ESports as a sport. *The Sport Journal*, 19(05), 1-9.
- Karasar, N. (2008). Bilimsel araştırma yöntemi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kim, Y., & Kim, S. (2009). The relationships between team attributes, team identification and sponsor image. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 10(3), 215-229.
- Qian, T. Y., Wang, J. J., Zhang, J. J., & Lu, L. Z. (2020). It is in the game: Dimensions of esports online spectator motivation and development of a scale. *European sport management quarterly*, 20(4), 458-479.
- Savaş, B. Ç., & Turan, M. (2023). E-Sports Attitude Scale: A Study Of Validity And Reliability. *International Journal of Education Technology & Scientific Researches*, 8(23).
- Schaepferkoetter, C. C., Mays, J., Hyland, S. T., Wilkerson, Z., Oja, B., Krueger, K., ... & Bass, J. R. (2017). The "new" student-athlete: An exploratory examination of scholarship eSports players. *Journal of Intercollegiate Sport*, 10(1), 1-21.
- Seo, Y. (2013). Electronic sports: A new marketing landscape of the experience economy. *Journal of Marketing Management*, 29(13-14), 1542-1560.
- Seo, Y., & Jung, S.-U. (2016). Beyond solitary play in computer games: The social practices of eSports. *Journal of Consumer Culture*, 16(3), 635-655.
- Shan, D., Xu, J., Liu, T., Zhang, Y., Dai, Z., Zheng, Y., ... & Dai, Z. (2023). Subjective attitudes moderate the social connectedness in esports gaming during COVID-19 pandemic: a cross-sectional study. *Frontiers in public health*, 10, 1020114.
- Shi, M., & Ren, R. (2023). Do Chinese viewers watch e-sports games for a different reason? Motivations, attitude, and team identification in predicting e-sports online spectatorship. *Frontiers in Psychology*, 14, 1234305.

- Soares, A. K. S., Goedert, M. C. F., & Vargas, A. F. (2022). Mental health and social connectedness during the COVID-19 pandemic: An analysis of sports and e-sports players. *Frontiers in Psychology*, 13, Article 802653.
- Soares, A. K. S., Goedert, M. C. F., & Vargas, A. F. (2022). Mental health and social connectedness during the COVID-19 pandemic: An analysis of sports and E-sports players. *Frontiers in psychology*, 13, 802653.
- Suh, M. S., Ahn, J. W., Kim, E. Y., & Um, S. W. (2008). A study on the various attributes of e-sport influencing flow and identification. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 18(1), 59-80.
- Şakar, S. B. (2021). Dijital Oyunlarda Toplumsal Cinsiyet Kodlarının Yeniden Üretimi: League Of Legends Oyunun Dijital Etnografik Analizi. (Yüksek Lisans Tezi), Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Şakar, S. B. (2021). Dijital oyunlarda toplumsal cinsiyet kodlarının yeniden üretimi: League of Legends oyunun dijital etnografik analizi. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi.
- Tang, W. Y., & Fox, J. (2016). Men's harassment behavior in online video games: Personality traits and game factors. *Aggressive Behavior*, 42(6), 513-521.
- Turan, M., Dönmez, E., & Alaeddinoglu, V. (2022). Winter sports awareness levels of students taking ski lessons. *Knowledge & Diversity*, 14 (35), 64-76.
- Wagner, G. M. (2006). On The Scientific Relevance Of E Sports, International Conference on Internet Computing. Amerika: LasVegas.
- Yükçü, S., & Kaplanoglu, E. (2018). UİK e-Spor endüstrisi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 533-550.

Liderlik ve Spor

Abdullah Yıkılğan¹

Özet

İnsan oğlunun var oluşundan beri varlığını koruyan liderlik, bir grup insanı belirli bir amaç için harekete geçiren güç olarak tanımlayabiliriz. Lider için amacı kimin ve ne için koyduğu değil amaca ulaşmak önemlidir (Ozkan, 2023). Liderler buldukları örgüt, kurum gibi yapılarda insanları aynı hedef doğrultusunda yürümeleri için yönlendiren kişiler olmanın yanında kurumlara yeni vizyon ve misyonlar getiren kişilerdir. Liderler; insanlarla güçlü ve sıkı iletişim kurabilen, farklı ortamlara hızlıca uyum sağlayabilen, ileri görüşlü, dürüst, güvenilir, yeni ve farklı görüşlere açık kişilerdir (Serhat, 2015). Modern yaşamda insanlar, kurumlar ve yapılar sürekli kendilerini yenileme gereği duymaktadır. Bunun içinde farklı ve yaratıcı fikirler sunan insanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu da farklı şartlar ve koşullarda farklı liderlik karakterlerini gerektirmektedir. Yaşam içerisindeki birçok insanda bu farklı liderlik özellikleri görmek mümkündür fakat bu insanların ortaya çıkmalarını sağlayacak imkân ve şartların oluşturulması çok önemlidir (Kousez & Posner, 2018).

Günümüzde yoğun iş temposu, hareketsiz yaşam, düzensiz ve sağlıksız beslenme gibi faktörler insanları çeşitli sportif etkinlik arayışına sokmuştur. Bu da hem resmi hem de özel olarak çeşitli kurumlar ve çeşitli sportif etkinliklerin oluşumuna ön ayak olmuştur. Günümüzde bu kurumlar insanların yeni sosyalleşme alanları olmaya başlamıştır. Özellikle özel işletmeler spor yapmak isteyen insanları kendi işletmelerine çekmek için çok çeşitli ve farklı etkinlikler yapma gereği duymaktadır. Bu yapıların ileri görüşlü, farklı düşünen lider karakterli insanlara ihtiyaç duyması liderliğin yönetim alanında olduğu gibi spor alanında da yerini almasını sağlamıştır. Resmi ve özel işletmeler, insanların ilgisini çekmek için farklı organizasyonlar ve müsabakalar fikirleri sunabilen lider kişilere ihtiyaç duymaktadır.

1 MEB, Turgut Özal Ortaokulu, ORCID: 0009-0000-5161-4908, abdullah.yikilgan23@ogr.atauni.edu.tr

Sonuç olarak spor yönetimi dinamik yapı içerisinde farklı görüş ve düşünceleri bir arada örgütleyebilecek liderlere ihtiyaç duymaktadır. Bu ihtiyacı karşılayabilmesi için lider kişilerin ortak amaç etrafında, çıkarlar doğrultusunda her türlü ortama uyum sağlayabilen vizyon ve misyon sahibi kişiler olması gerekmektedir.

GİRİŞ

Tarihsel süreçte bir kısım insanlar diğerlerine göre ön plana çıkıp büyük toplulukları ardınca sürüklemişlerdir. Bunu başarabilmek için özel bir yetenek ve ikna kabiliyeti gibi üstün nitelikli özelliklere sahip olmak gereklidir ve biz bu özelliklere sahip insanlara liderlik karakterlerine haiz kişilik diyoruz (Demir, Yılmaz, & Çevirgen, 2010). Liderlik tanımıyla ilgili farklı bilim insanları farklı açılardan tanımlamalar yapmalarına rağmen tam olarak bir tanımda uzlaşmamışlardır (Bakan, 2008). Liderlik bir hedef doğrultusunda bir grup insanı yönetebilmedir. Başka bir tanımda liderlik kabiliyet ve bilgi kullanarak insanları bir amaca ulaşmak için harekete geçirmektir (Eren, 2012).

Tarih boyunca insanların ihtiyaç, istek ve arzuları doğrultusunda çeşitli liderlik tarzları ve kurumları ortaya atılmıştır. Lider kişilerde aranan özellikler de değişim göstermiştir. Günümüz dünyasında hızlı teknolojik gelişimle liderlik yaklaşımlarında da değişimler görülmektedir (Kırılmaz, 2010). Yaşamımızın her anına sirayet eden teknolojik yaşamla, örgütler değişen bu yaşam koşullarına ayak uydurmak için sürekli kendilerini yenileme gereği duymaktadır. Bu bağlamda öğütlerin ileri görüşlü, farklı ve değişik görüşlere sahip liderlere olan ihtiyacı daha da artmıştır.

Spor günümüzde insanlar için en faydalı sosyalleşme aktivitesi, kaliteli yaşamın en önemli parçası olarak görülmektedir (Yıkılğan, 2016). Günümüz dünyasında resmi ve özel sportif kurumlar insanları kendi bünyelerine katmak için çok değişik ve farklı düşüncelere ihtiyaç duymaktadırlar. Çeşitli sportif organizasyonlar ve etkinliklere insanları çekebilmek için sportif kurumlar ve yapılar sıradışı organizasyonlar düzenleme ihtiyacı hisseder. Bu yapılar bunu yapabilmek için diğer insanlardan farklı bakış açısına sahip ileri görüşlü liderlere ihtiyaç duymaktadırlar. Spor ayrıca bireye hoşgörü, rakibe saygı, öngörü, sezgi, grupça hareket etme ve bir grubu yönlendirme gibi bir liderde bulunması gereken özellikleri kazandırmaktadır.

Bu bölümde liderliğin ne olduğu ve lider kişilikte olması gereken özellikler, liderlik kuramları, son yıllarda spora artan ilgi ve bunu doğal sonucu olarak sportif etkinliklerde farklı ve orijinal fikirler üretecek lider kişilere olan gereksinimden bahsetmeye çalıştık.

LİDERLİK

İnsanoğlunun ortaya çıkışı ve toplu yaşam anlayışı ile önderlik ve liderlik kavramları, oluşumunun başlangıç noktası olarak kabul edilebilir. Yaşamın en küçük yapı taşı aileden başlamak üzere her oluşan grup ve yapılarda bir yön gösterici lider olmak zorundadır. Liderlik insan etkileme becerisidir. Hedef ne olursa olsun, kim belirlese belirlesin hedefe ulaşmak için kişileri organize etme sanatıdır (Ozkan, 2023). Liderlik bir amaç doğrultusunda insanları organize edip yönlendirme becerisidir (Önen & Kanayran, 2015). Liderlik bir kurumun amaçlarını gerçekleştirmek için kişileri örgütleyebilmek iken lider bu kurumun amaçları için insanları motive edip yönlendiren kişidir (Werner, 1993). İş gören bir yapıya ruh kazandırıp yapıyı en iyi konuma getirmek için organize eden kişidir lider (Hicks, 1979). Lider bir grup insan arasında zekâ, kabiliyet ve karizma olarak farklılığı hissedilen kişilik özelliğidir (Orhan & Dikici, 2009). Liderlik tanımı hususunda ortak fikir birliğine ulaşılamamış olsa da bu tanımlardan hareket ettiğimiz zaman liderlik kavramını en iyi anlatan şu iki anahtar kelimeye ulaşıyoruz: Organize etme ve örgütleyebilme. Sosyal yapı içerisinde yer alan bireyler, yaşamın ortak paydasında buluşup ortak hareket edebilmek için liderlik becerisini ortaya koyacak lider kişilerle beraber içinde bulunduğu yapıyı güçlendirir. Sporda liderlik kavramının bir diğer üst boyutunda ise sürdürülebilirlik gelmektedir. Sporda liderliğin ortaya çıkması doğal süreçlerle ortaya çıkabildiği gibi çevreyle etkileşime giren bireyin doğal ortamında kendiliğinden de meydana gelebilecektir. Bu yüzden turnuva ortamları gibi doğal olmayan ortamlar sporda liderliği ortaya çıkarması adına önemli sonuçlar doğuracaktır (Alaeddinoğlu, 2024).

Liderlik Yapacak Kişide Bulunması Gereken Özellikler

Geniş bir anlam yelpazesine sahip olan liderlik tanımlarından yola çıkarak liderlerde bulunması gereken temel özellikleri şöyle açıklayabiliriz:

İletişim becerisi: İnsanlarla iyi diyalog kurabilme yeteneğine sahip olmak, iyi bir dinleyici ve iyi bir hatip özelliğini göstermektir. Gelişen teknolojiye uyum sağlayarak WhatsApp, mail gibi günümüz iletişim kanallarını iyi kullanabilmektir (Serhat, 2015).

Uyum Sağlayıcılık: İyi bir lider değişen durum ve şartlara hızlı bir şekilde uyum sağlamayabilmelidir. Sahip olduğu imkanları en verimli bir şekilde kullanabilme özelliğini gösterebilmelidir (Selen, 2007).

İyi Bir Okuyucu Olmak: Okumak insanın ufkunu genişletip dünyayı farklı açılardan görmeyi sağlamaktadır. İyi bir liderin her tarz ve her türden kitaplar okuma alışkanlığına sahip olması gerekmektedir ki olaylara daha geniş çerçeveden bakıp yeni pencereler açabilsin (Baltaş, 2005).

Vizyon Sahibi Olmak: Lider, öngörü sahibi olandır. Geleceğe dair planladıklarının sonucunu önden görüp sonuca yön verendir. Bu yeti için mevcut gücünü yeterli görmez ve en üst düzeyde kendini gerçekleştirmek için uğraşır. Liderlik gösterdiği yapı içerisinde sahip olduğu vizyon ile etrafına güven vermektedir (Serhat, 2015).

Empati: İyi bir lider olaylara başkalarının penceresinden bakmayı bilmelidir. Ortak çaba doğrultusunda hareket ettiği insanları motive edip onların mutlu olmalarını sağlarken yeri geldiğinde onlar gibi düşünme yetisini gösterebilmelidir (Burwash, 1998).

Demokratik Olmak: Örgüt içinde çalışanların fikirlerine saygı duymak, alınacak kararlarda çalışan insanların da fikrini almak bir liderde bulunması gereken en önemli özelliklerden biridir.

Güvenilir Olmak: Güvenilir lider insanlar arasında ayırım yapmayan, hal ve hareketlerinin doğruluğu tartışılmayan insandır (Ergun,Özler, 2013).

Liderlik Türleri

Liderlik tarzlarıyla ilgili olarak çeşitli kaynaklarda farklı yaklaşımlar olmakla beraber en çok kullanılan liderlik tarzları şöyledir (Orhan, Dikici, 2009):

1.Otoriter Lider: Bu tarz liderler çalışanların duygu ve düşüncelerine önem vermezler. Bu da iş ortamında mutsuzluk ve huzursuzluğa yol açar. Yetki merkezde bir kişide toplanmakta, bu da daha hızlı karar almayı sağlamaktadır. Bu liderlik tarzında liderler yetki devri yapmaz ve astlara danışmadan bütün kararları kendileri alırlar (Celaleddin, 2012).

2.Demokratik Liderlik: lider kendisini üst otorite olarak görmekle birlikte çalışanlara değer verir ve onların düşünce ve fikirlerine başvurur. İkili ilişkileri çok iyidir. Çalışanlar kendilerini güvende hisseder. Bunun neticesinde kurumun verimine pozitif etki yapar (Hakan, 2019).

3.Destekleyici Liderlik: Lider astlarına karşı hoşgörülü ve naziktir. Onların arzu ve isteklerine değer verip olabildiğince karşılamaya çalışırlar (Emmanuel, Lloyd, 2011). Lider kararlarını alırken astlarının fikirlerini alarak gerçekleştirir. Örgütte hem üstten alta hemde alttan üste doğru bilgi akışı vardır (Zeyyat, Tüz, 1996).

4 Hümanist Liderlik: İnsan odaklı yaklaşımdır. Liderler çalışanlarını işin odağına alarak onların bütün sorunlarıyla bir ebeveyni gibi ilgilenirler. Çalışanları motive etmek için ödül yöntemine çok başvururlar (Çetin,

Beceren, 2007). Yer yer alt kademelerin fikirlerine başvurur, onların fikirlerine değer verir (M. Şerif, Tahir, Adnan, 2011).

5 Karizmatik Liderlik: Kendine güvenen, ileri görüşlü, girdikleri ortamlarda kendilerini hissettiren liderlik tarzıdır. İnandığı düşünceleri karşı tarafa rahatlıkla benimsetir. Kriz zamanlarında ortaya çıkıp sorumluluk alırlar. İleri görüşlü ve olaylara çok boyutlu bakabilme yeteneğine sahiptir. İnsanlar üzerinde etkileyicidirler (Saruhan, Yıldız, 2009).

6 Bürokratik Liderlik: Sistemli ve düzenli çalışmayı ön planda tutan liderlik tarzıdır. Kurumda sistemli bir çalışma planı vardır. Kurumda işler bir sistematik doğrultuda sıralı ve sistemli işlenmektedir. Lider kendi fikirlerini önde tutar, her olay ve koşulda kendini esas olarak kabul eden bir yapıya sahiptir (House, Javidan, 2006).

7. Transaksiyonel (Etkileşimci) Liderlik: Astlarının kendilerini gerçekleştirmesi, kendilerine güvenmeleri konusunda motive eden, kurumun belirlediği performans düzeyine çıkmaları için çalışan liderlik türüdür (Jung, Avolio, 2000). Lider görev tanımını net bir şekilde yapılmış olan astların performanslarını ödüllerle mükâfatlandırır (Rajnandini, Chester A, & Eric S, 1999).

8 Transformasyonel (Dönüşümcü) Liderlik: Değişen durum ve koşullara ayak uydurmak için değişim ve yeniliğe açık olan ani ve doğru kararlar verebilme yeteneğine sahip liderlik tarzıdır. Değişimi başlatabilen, değişim için kurum içi rehberlik yapan ve değişimi gerçekleştirmek için gerekli ihtiyaç analizini yapma yeteneğine sahip liderdir (Bass, 1990).

Liderlik Kuramları

Kurum ve grup davranışlarını etkilediği net olarak bilinmesine rağmen liderlik konusunda 20. Yüzyıla kadar konu ile ilgili bilimsel çalışmalara rastlanılmamaktadır. Konu ile ilişkili ilk çalışmalarda liderlerin kişilikleri ile ilgili olmuştur. Bu da liderlik konusunda yeterli ve anlamlı bilgiler üretmediği anlaşılmış ve davranışları üzerinde çalışmalar yapılmaya başlanmıştır (Kirel, 2004). Bu kurumlar şu şekildedir:

1.Özellikler Kuramı

Bu kuram liderliğin tanımını yapan ve anlamlandıran temel yaklaşım olarak görülmektedir. Lider kişilerde bulunması gereken kişilik özelliklerini ve diğer kişilerden ayrılan özelliklerine dayanan en eski kuramdır (Fındıkcı, 2009). Kuram liderin sahip olması gereken sosyal, bedensel ve kişilik özellikleri üzerine odaklanmıştır (S., Hasibe, Kanayran, 2015). Kuramda başarılı lider davranışları ile başarısız liderlerin davranışları karşılaştırılarak

doğru lider davranışları belirlenmeye çalışılmıştır (Favzal, Altun, Azbay, Reşitoğlu, 2023). Liderliği insanların sahip olduğu kişik özelliklerine dayandırır. Kuram Liderliği diğer insanlardan özel kişiliğiyle ayrıldığını söyler (Batmunkh, 2011). Doğuştan sahip olunan özellikler çocukluk döneminde geliştirilerek lider kişiliğin temelleri atılmış olur (Serhat, 2015). Bu liderlik kuramında lider grup üyelerinin fikir ve görüşlerine başvuramaması, değişen şart ve koşullara dikkat etmemek kuramın en önemli eksiklerindedir. Araştırmacıların en çok zorlandığı konuların başında liderlik özelliklerinin açık ve net şekilde ortaya koyulmamasıdır. Zamanla bu kuramın yerini tecrübe ve eğitimi ön plana alan kuramlar almaya başlamıştır (Batmunkh, 2011). Bu yaklaşıma göre liderde bulunması gereken özellikler:

- ✓ Üretici ve erdemli bir kişiliğe sahip olma.
- ✓ Geniş bir bilgi yerpazesine sahip olma ve bunu kullanabilme.
- ✓ Sorumluluk alma yetisine sahip olma.
- ✓ İnsanlar arası iyi bir iletişim becerisine sahip olma.

Etkileyici bir fiziksel yapıya sahip olma (Yukl, 1991).

2. Davranışsal Yaklaşım

Bu yaklaşımda liderliği kişilik özellikleriyle değil davranışlarıyla ele almıştır. Liderliği en iyi tanımlama yöntemi olarak davranış yöntemleri ile açıklamaya çalışmışlardır. Liderlerin astlarıyla olan iletişimi, yetkilerini onlara devredip etmemesi, iş ve işlemleri organize edebilme gibi davranışlar liderlerin özelliklerini belirleyen etkenler olarak belirlenmiştir (Zel, 2011). Bu kuram içerisinde yer alan başlıca çalışmalar şöyledir:

Ohio Statü Üniversitesi Liderlik Çalışmaları: Bu araştırmaya 1940'lı yılların sonlarında Ralph Stogdill öncülük etmiştir. Bu çalışma lider davranışlarının örgüt amacına ulaşmaktaki önemini belirtmektedir. Üniversitenin araştırmacıları bir anket hazırlayarak endüstri sektöründe yer alan kişilere ve askeri personele uygulamışlardır. Böylece lider davranışlarının nasıl algılandığını anlamaya çalışmışlardır. Bu çalışmalarla liderlik davranışlarını, yapıya yönelik davranışlar ve ilişkiye yönelik davranışlar olarak ikiye ayırmışlardır.

Yapıya Yönelik Liderlik: Bu liderlikte örgüt faaliyetlerini planlayan, örgüt üyelerinin görev ve sorumluluklarını belirleyen ve yön vererek yöneten bir lider vardır. Lider örgütün amaçlarını gerçekleştirmesi konusunda yönlendiren kişidir.

İlişkiye Yönelik Davranış: Astlarına değer verip onların duygu ve düşüncelerini önemseyen liderdir. Astları ile sıkı ilişkiler içindedir, onları dinler ve sorunlarını çözmeye çalışır (Kirel, 2004).

Michigan Üniversitesi Liderlik Çalışmaları: Örgüt üyelerinin memnuniyeti ve örgütün başarısını en iyi şekilde gerçekleştirecek lider davranışını belirlemeye yönelik yapılan çalışmadır. Liderlik davranışlarını insana ve işe yönelik olarak ikiye ayırmıştır:

İnsana Yönelik Liderlik: Lider yetkilerini astlarına devretmeye çekinmeyen, örgütte çalışanların kendilerini güvende hissetmelerini ve mutlu olmalarını hedefleyen kişidir.

İnsana Yönelik Lider: Lider örgütün belirlediği ilke ve yöntemler doğrultusunda örgüt üyelerinin çalışmalarını çok yakından takip eder. Yönetim yetkisi doğrultusunda otoritesini gösterir ve ödül ceza yöntemini kullanır (Batmunkh, 2011).

McGregor' un X-Y Kuramı: Kuramın kurucusu olan McGregor'a göre yöneticilerin davranışları örgüt üyelerinin ne şekilde algıladığı ve yorumladığıyla ilgilidir. Liderin tavırlarını belirleyen ana etkenlerden birisi liderlerin insan davranışları konusundaki yorumlarıdır. Bu varsayım x ve z olan iki zıt önerme içermektedir (Erol, 2000).

X Kuramı: Bu kurama göre insanlar çalışmayı sevmediklerinden işten kaçma eğilimindedirler. Çalışma zorunluluğu olduğu halde işten kaçma eğilimi gösteren kişileri kontrol altında tutmak için gerekirse tehdit edip zor kullanmak gerekir. Bu kuramı kullanan kurumlar, işin yapılması için tek yolun bu olduğunu kabul ederler (Tahir, 2002). Bu kuramı benimseyen liderler yapılacak işi ayrıntılı bir şekilde tanımlar, yetki devri yok denecek kadar az ve ceza yöntemi sık kullanırlar (Tamer, 2003).

Z Kuramı: X kuramının zıttı olarak görülen bu kuramda çalışanlar işten kaçmazlar. Bunun için de onları zorlamaya ve tehdit etmeye gerek yoktur görüşü hakimdir. Çalışanlar kendi istekleriyle çalışırlar (Tahir, 2002). Bu teorem hem çalışanların istek ve arzularını karşılama da hem de örgütün amaçlarına ulaşmasında çalışanları motive edeceğine inanılmaktadır. Bu kuram demokratiktir ve katılımcı liderlerin benimsediği teoremdir (Göksel, 2009).

Likert'in Sistem 4 Modeli: Likert ve arkadaşlarına göre insan ve sermaye bir kurumun sahip olduğu en önemli kaynaklardır (Ismail, Bulut, 2004). Michigan Üniversitesinin çalışmalarını baz alarak geliştirilen bir kuramdır. Likert ve yardımcılarının geliştirdikleri sistem 4 modelinde liderliği dörtte

ayırmıştır. Bu kuramı oluşturur iken Likert teoremini çeşitli kurumlarda yapılan deneysel çalışmaların sonuçlarına dayandırmaktadır (Göksel, 2009).

Sistem 1 (İstismarcı / Otokritik): Bu sistemde üstler astlarına astlarda üstlerine güvenmemektedirler. Bu sebepten üstler is yaptırmak için askıda tutar, tehdit eder hatta ceza yöntemine başvururlar (İbrahim, Özgür, 2018). Örgütte işler emir komuta zinciriyle işlemektedir. Alt kademenin söz hakkı yoktur, üst yönetim kararı alır alt kademe uygular. Gereğinden fazla kontrol ve denetim vardır (Coşkun, 2011).

Sistem 2 (Yardımsever / Otokratik): Üstler ile astlar arasında patron çalışan ilişkisi içerisinde bir güven anlayışı vardır. Üstler nadirde olsa astların fikirlerine başvururlar. Üstlerin bir eli sürekli astların üzerinde olduğundan astlar kendilerini tam rahat hissedemezler. Üstler hem ceza hem de ödül yöntemine başvururlar (Yasemin, 2015).

Sistem 3 (Katılımcı): Üstlerle astlar arasında tam olmasa da bir güven anlayışı vardır. Astlara kendi çalıştıkları birimin de teknik konularda ve özel konularda yetki devri verilmiştir. Güdüleme aracı olarak ödül, astların sorunları dinlemek ve nadir olarkten ceza kullanılır.

Sistem 4 (Demokratik): Üstler ve astlar birbirlerine tam olarak güvenirlir. Üstler astların duygu, düşünce ve fikirlerine değer veririler. Üstler yetki devri vermekte çekinmezler. Örgütte bir karar alınırken astlarında fikirlerine başvurulur.

Üst düzey verim elde etmek isteyen kurumların giderek sistem-4'ü kullanmaya başladıkları görülmüştür (Batmunkh, 2011).

Likert ve arkadaşları yaptıkları çalışmada sistem1 ve sistem 2 yöntemini kullanan örgütlerde çalışanların mutsuz ve isteksiz oldukları ve örgütün çalışanlarının üretkenlik seviyesinin düşük olduğu sistem 3 ve sistem 4 yöntemini kullanan örgütlerde çalışan insanlarınsa mutlu ve huzurlu oldukları ve üretkenlik seviyelerinin yüksek olduğu sonucuna varmışlardır (Zel, 2011).

3 Durumsal Yaklaşım: Liderlik kavramının açıklamak için ilk olarak özellikler yaklaşımı geliştirilmiştir. Bu kuram liderlik kavramını kişilik özellikleri üzerinden açıklamaya çalışmış fakat liderliğin sadece kişilik özellikleri ile açıklanamayacağı anlaşılmış ve bir başka yaklaşım olan davranışçı yaklaşım ortaya çıkmıştır. Bu kuram değişen durum ve şartlara uyum sağlayamadığı anlaşıncı bir yaklaşım olan durumsal yaklaşım ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşıma göre lider içinde bulunduğu koşullara uyum sağlayıp ona göre hareket etmeyi başaran kişidir (Cengiz, Yılmaz, Çevirgen, 2010). Bu yaklaşıma göre başarılı olmak isteyen lider değişen çevresel

koşullara ayak uydurabilmelider liderler kişilikleri ile değil duruma uyum sağlayan kişilerdir (Muhsin, Mehmet, Battal, 2007). Bazı durumsal liderlik yaklaşımları şöyledir:

Fred Fiedler'in Etkin Liderlik Teorisi: Fiedler her durum ve şarta göre liderlik özelliğinin değişebileceğini ileri sürmüştür. Bu yaklaşıma göre liderler bulunduğu çevre koşullarına göre şekillenirler (Hodgetts, 1997). Değişen çevre şartlarını doğru algılayıp, doğru kararlar alındığında tüm liderlik biçimleri kayda değerdir (Batmunkh, 2011).

Hersey ve Blanchard'ın Durumsallık Yaklaşımı: Bu yaklaşıma göre lider otoriter bir kişiliğe bürünmesiyle birlikte örgüt üyelerinin çalışmalarını destekleyici bir kişiliğe de bürünebilir. Bu anlamda liderlik davranışlarını ikiye ayırmıştır:

1. Otoriter lider: Tek yönlü bir iletişim vardır. Lider neyin nasıl ve ne zaman yapılacağını astlara söyler, onlarda koşulsuz kabul ederler.

2. Destekleyici Lider: Üstlerle astlar arası karşılıklı iletişim vardır. Üstler astların fikirlerine değer verir ve karar alma sürecinde kullanır (Göksel, 2009).

House'un Yol - Amaç Teorisi: Ödülün motivasyon üzerinde etkisi konusuna değinen modeli Martin Evans ve Robert House ikilisi geliştirmiştir. Bu kurama göre astların motivasyonunu onlara değer verme ve verilen ödülün cezbediciliği etkilemektedir. Liderde bulunması gerek en önemli özellik olarak; kurum için önemli olan amaçları belirlemek ve astların bu amaçlara ulaşmak için izleyecekleri yolları belirlemektir (Dindar, 2001). Bu kuram liderliği Otoriter liderlik, Destekleyici liderlik, Katılımcı liderlik ve Başarıya yönelik liderlik olarak dörde ayırmıştır. Aynı lider değişen çevre şartlarına göre farklı liderlik tarzlarına bürünebilen esnekliğe sahip olmalıdır (Jerald, Baron, 2000).

4 Günümüzde Liderlik Yaklaşımları: Günümüzde birçok alanda radikal kararlar alındığı gibi liderlik yaklaşımlarında da radikal değişimler görülmektedir. Şirketlerin temel amaçlarının büyüme ve kar gütmeye olduğu dünyamızda lider insanda bulunması gereken özellikleri de etkilemiştir. Liderler bu radikal değişimlere ayak uydurmak için astlarıyla birlikte örgüt amaçlarını belirlemek ve bu amacı gerçekleştirmek için uygun örgüt kültürünü geliştirmelidir (Ekici, 2006). Günümüz liderlik yaklaşımlarından bazıları şöyledir:

Karizmatik Liderlik: 1947'de Max Weber tarafından ortaya atılan liderlik yaklaşımına göre lider sıradışı özelliklere sahip kişilerdir (Baltaş, 2005). Liderlik özelliğinden kaynaklanan karizmatik nitelikler ölçülebilir

olduğunu söyleyen araştırmacılar karizmatik ve karizmatik olmayan liderlerin özelliklerini tanımlayarak görüşlerini dayanaklaştırmışlardır. Bu kurama göre karizmatik lider: Olaylara farklı açılardan bakabilen, risk alabilen, fırsatları iyi değerlendirebilen, öz güveni yüksek kişilerdir (Zel, 2011).

Transformasyonel (dönüşümcü) Liderlik: 1973'te James Victor Downtown tarafından ortaya atılmasına rağmen 1978'de James MacGregor Burns tarafından "liderlik" adlı kitabı ile literatürde yer almaya başlamıştır (Yaldız, 2023). Bu yaklaşım Bass Burns tarafından örgütlerin yönetimine uyarlanmaya çalışılmıştır (Rafferty, Griffin, 2004). Burns'a göre bu lider, kurumu vizyon sahibi yapmak için çeşitli fikirler öne sürüp bu fikirleri örgüte kabul ettirebilen kişiliğe sahiptir (Münevver & Nehir, 2020). Burns transformasyonel liderliği dört başlıkta toplar:

İlham Verici: Örgütte benimsedikleri vizyon ve misyonu örgüt mensuplarına inandıra bilen liderlik özelliğidir (Northouse, 2007).

Entelektüel Teşvik: Mevcut düzene başkaldıran, kurum çalışanlarını yaratıcı düşünme ve sorun çözme becerilerini kazanmaları için çaba harcayan liderlerdir (Yaldız, 2023).

Bireysel Destekleyici: Birbirlerinden farklı becerilere sahip örgüt üyelerinin bu yeteneklerinin farkına varmalarını sağlayıp örgütün başarısı için kullanabilmelerini sağlayabilen liderdir (Azime & Özdemir, 2020)

1. İdealleştirilmiş Karizmatik Etki: Örgüt tarafında saygıya değer, hürmet gören, vizyon ve misyon sahibi, önder kişiliye sahip liderdir (Ahmet, Ebru, 2008).

Transaksiyonel (Etkileşimci) Liderlik: James McGregor Burns tarafından 1978 yılında geliştirilen yaklaşımdır. Bu yaklaşım örgütte başarıyı yakalamak için üstlerle astların iyi bir iletişim ağının olması gerektiğini savunur. Bu kuramda lider ilk olarak işleri organize eder daha sonra örgüt çalışanlarının sorunlarıyla ilgilenip yapılacak işlerin yapılması gerektiği gibi yapılması için çalışanları motive eder. Çalışanlar işlerini istenilen şekil ve zamanda yaparlarsa ödül, yapmazlarsa ceza uygulamasıyla karşı karşıya kalırlar. Lider, örgüt çalışanlarına kendi hedeflerini belirlemelerinde fırsat tanır ve bu fırsatı değerlendirebilenler ödüllendirilirken fırsatı değerlendiremeyenler cezalandırılır. Cezalandırılan çalışanların liderlere karşı saygılarında azalma görülür. Saygınlığını kaybeden lider etkili bir yönetim yapamaz (Yaldız, 2023).

LİDERLİK VE SPOR

Spor belirli amaçlar doğrultusunda belirli zaman aralığında kişinin sosyal, fiziksel ve zihinsel gelişimini sağlamak için yapılan etkinlikler olmasının yanında kişiye yetenek ve liderlik özellikleri kazandıran, bireyi günün yorgunluğundan uzaklaştıran aktiviteler bütünüdür (Sunay, 1997). Spor, günün stresini ve yorgunluğunu atıp bireyin moral motivasyonunu artırmada önemli bir yere sahiptir. Bu da sporun birçok insan için vazgeçilmez bir sosyal etkinlik olmasını sağlamıştır. Sporun sosyal hayatta bu kadar önem arz etmesiyle spor kurumlarının ve organizasyonlarının daha iyi ve güzel olması için üst yönetimlerin liderlik özellikleri ön plana çıkmaya başlamıştır (Zeynep, 2005).

Sporda liderlik kavramı içerisinde yer genel yaklaşım son yıllarda teknolojiye bağlı olarak değişim göstermiştir. Elektronik spor kavramının gelişmesiyle küreselleşen bir müsabaka ortamı oluşmaya başlamış ve sportif liderlikte teknolojik olarak değişim göstermiştir. Sporcuların ve antrenörlerinin farklı kültürlerden ve ülkelerden olması da sportif liderlik kavramının ani bir bakış açısı geliştirilmesini sağlamıştır (Kurudirek & Kurudirek, 2022).

Liderlik eğitsel oyunların oynanma safhasında olmakla birlikte sporla alakalı diğer etkinliklerde de ön plana çıkan özelliklerden biridir (Ferhat, 2014). Spor; bireye iş birliği, hoşgörü, dayanışma, risk alma, cesaret, kendine güven, yapıcı ve yaratıcı düşünme, kendine güven gibi lider kişilikte bulunması gereken özellikleri kazandırmaktadır (Karataş, Savaş, & Karataş, 2021). Yönetim alınındaki kurumlarda olduğu gibi spor organizasyonları ve örgütlerinin oluşturulması, çalışması ve yapılan sportif etkinliklerin en iyi bir şekilde organize edilmesi için liderlik özel bir yere sahiptir. Sosyal bir yapı içerisinde yer alan sporun merkezinde insan olduğundan spor alanındaki kurumların üst yöneticilerinin lider özelliklerini taşımaları gerekmektedir (Yetim, 1996). Spor kurumlarının üst yöneticilerinin hem ulusal hem de uluslararası organizasyonlarda başarılı olması için liderlik yaklaşımlarını çok iyi bilip hangi durumlarda hangi liderlik biçimlerinin kullanılması gerektiğini bilmelidirler (İnan, Serinkan, 2020).

Sportif anlamda liderlik: Sportif kurum ve organizasyonların içerisinde bulunan insanları ve yapıları amaçları doğrultusunda yönlendirmek ve etki altına almaktır (İnan, Serinkan, 2020). Sportif kurumlarda görev alan liderlerde vizyoner sahibi, kurumun ve toplumun değerlerini önemseyip değer katan, gerektiğinde yetki devri yapabilen ve risk alabilen özelliklere sahip olmalıdır (Zeynep, 2005). Lider, sportif etkinlik içinde sporcuların dostça davranmasını ve takım ruhu içinde ortak hareket etme duygusunu

kazandırabilmelidir (Murat, 2019). Sportif başarı elde edilebilmesi için başta sporcu ve antrenör olmak üzere bütün elemanların liderlik özelliği taşıması gerekmektedir. Lider özelliği taşıyan sporcu, antrenmanda ve müsabakalarda lider karakterini ortaya koyar. Bu sporcular takım içinde disiplinli davranır, iyi bir iletişim kurar ve gerektiğinde sorumluluk alırlar (Cevahiroğlu, Çakıcı, 2022). Antrenör sporcularına motto ve spor branşının teknik, taktik becerilerini kazandırırken diğer yandan kendine güven duygusunu geliştirir. Hoşgörülü olma, rakibe karşılı saygılı davranma, grup arkadaşlarıyla iletişimin yüksek olması, arkadaşlarının duygu düşüncelerine saygı duyma gibi liderlik özelliklerini sporcularına kazandırır. Spor yöneticisi; hedef koyma, cesaretlendirme, temsil yetkisini kullanabilme ve örnek kişilik olabilme, dost canlısı davranma gibi liderlik özelliklerine sahip olmalıdır (Hicks, 1979).

Liderlik özelliği taşıyan spor yöneticilerinin bazı davranışları şöyledir:

- ✓ Kurum amacı belirleme ve bu amaç doğrultusunda sporcu ve diğer kurum personelini yönlendirme.
- ✓ Sporcuların ve spor camiasının güvenini kazanma.
- ✓ İletişim kanallarını etkili kullanma.
- ✓ Astarların görüş ve düşüncelerine saygı gösterme.
- ✓ Herkese eşit mesafede olma, demokratik ve tarafsız olma.
- ✓ Sporcuların ve diğer personelin sorunlarıyla ilgilenip çözüm üretmeye çalışma.
- ✓ Yeni fikir ve düşüncelere açık olma.
- ✓ Başarının ya da başarısızlığın sebeplerini araştırıp yeni fikirler ileri sürme.

Samimi olma (Yetim, 1996).

Watt spor yöneticilerinde bulunması gereken liderlik özelliklerine izleyicilerin gözünden bakmış ve bazı liderlik özelliklerini şöyle belirtmiştir:

- Dürüst
- Güvenilir
- Spor branşlarına dahil teknik bilgi sahibi
- İlham verici
- İnsanlarla kolay ve güçlü iletişim kuran
- Yönetim hakkında bilgi sahibi.

- Çalışma sevdalısı
- Heyecanlı

Komedi yönü güçlü (Watt, 2004).

Lopiano sportif anlamda liderde bulunması gereken özellikleri şöyle açıklamıştır:

Tutkulu: Tüm görev ve sorumluluklarını coşkulu bir şekilde yapabilmek.

İletişim Becerisi: Görev ve sorumlulukları açık bir şekilde belirleyen astlarla iyi iletişim kurup onlara ilham kaynağı olabilmek.

İyimser: Olay ve durumlar karşısında soğukkanlı olup, olumlu düşünebilme yeteneğine sahip olabilmek.

Güvenilir: Kurum içerisindeki özel bilgileri kişilerin onayını alarak paylaşılması gereken yer ve zamanda paylaşabilmek.

Cömert: Yeri ve zamanı geldiğinde kişilerin çıkarlarını gözetmek, vermeyi almaya tercih edebilmek.

Adalet: Kişiler arasında eşit davranıp, ayırım gözetmemek.

Ustalık: Bilgi ve becerileri doğrultusunda karar alabilmek ve eyleme geçebilmek.

Tevazu: Alçakgönüllü olmak, yapılan eylemleri ve yanlışlıkları hoşgörü ile karşılayabilmek.

Özverili: Kendi çıkarlarından çok kurumun çıkarlarını düşünebilmek (Ferhat, 2014).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Liderlik bir amaç doğrultusunda bir grup insanı bir araya getirebilmektir. Lider kendini sürekli yenileyebilen, risk alabilen, güvenilebilen ve değişime açık kişidir. Yöneticilik yapan liderde olması gereken özelliklerin bazıları şunlardır: Etkili iletişim kurabilen, sorumluluk alabilen ve sorumluluk devredebilen, problem çözme becerisine sahip, yeni farklı fikirler sunabilen, motive edici, insanların düşüncelerine saygı duyan ve etkili iletişim gibi becerilere sahip olmalıdır (Gülhanım, 2024).

Spor belirli amaç doğrultusunda belirli zaman dilinde bireyin fiziksel, ruhsal ve sosyal gibi çok boyuttan gelişim sağlamaktır (Yıkılğan & Sivrikaya, 2024). Liderlik kavramı yönetim bilimlerinde olduğu gibi artık sportif etkinlik ve faaliyetlerde de artık sıkça duyulan kavramlar arasında yerini almıştır. Son yıllarda özellikle özel spor merkezleri ve kurslarının artışıyla birlikte insanları

kendi spor merkezlerine çekmeye çalışan işletmeler farklı ve yeni fikirlerle insanları kurumlarına çekmeye çalışmaktadırlar. Buda spor merkezlerini; farklı düşünebilen ileri görüşlü ve insanları bir arada tutma becerilerine sahip lider kişi arayışlarına yönlendirmiştir. Bunun yanı sıra resmî kurumlar, ulusal ve uluslararası sportif etkinliklerinin daha çok ilgi çeker, daha çok katılımlı ve daha ilginç, sorunsuz ve başarılı organizasyonlar sergilemek için farklı düşünen lider ihtiyacının arttığını görmekteyiz (Karcıoğlu & Sıçrar, 2019).

Liderlik, Sadece birkaç insanın sahip olduğu, bir yapının zirvesiyle sınırlı olağan üstü bir nitelik değildir. Her insan gün içerisinde liderlik davranışları gösterdiği görülmektedir ve bunların çoğu da bilinç dışı olmaktadır (Kouzes & Posner, 2018). Günümüzde yönetim alanında olduğu gibi spor alanında da daha çok lider karaktere ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun içinde insanların içerisindeki lider özellikleri harekete geçirerek insanları cesaretlendirmek ve onlara fırsat verilmesi gerekmektedir. Özellikle obezitenin arttığı dünyamızda çocukların sanal ortamlarda uzaklaştırarak onların hem sokaklara hem de spor merkezlerine çekecek lider karakterli insanların orijinal fikirlerine çok ihtiyaç duyulmaktadır.

Liderlik karakterine sahip insanların yaşam koşuşturması içerisinde yok olup gitmesinin önüne geçmek için bu insanların küçük yaşlardan belirlenerek özel eğitimlerle yetiştirilip topluma kazandırılması gerekmektedir.

Kaynakça

- Ahmet, E., & Ebru, G. (2008). Duygusal Zekanın Dönüşümcü Liderlik Üzerine Etkileri. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 9(2), s. 187-209.
- Alaeddinoğlu, V. (2024). Türk Spor Altyapısının Gelişimde Turnuvaların Önemi: Türkiye Tenis Federasyonu Örneği. S. Özbay, M. Turan, & İ. S. Ağırbaş içinde, *Spor Yönetiminde Sürdürülebilirlik ve Nitel Araştırmalar* (Cilt 1, s. 1-24). Gaziantep: Özgür Yayınevi.
- Azime, N., & Özdemir. (2020). *Okul Yöneticilerinin Çevik Liderlik Özelliklerinin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: İngiltere ve Türkiye Okullarında Karşılaştırmalı Bir Analiz*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı Eğitim Yönetimi ve Denetimi Bilim Dalı.
- Bakan, İ. (2008, Haziran 14). "Örgüt Kültürü" ve "Liderlik" Türlerine İlişkin Algılamalar İle Yöneticilerin Demografik Özellikleri Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması. *KMU İİBF Dergisi*(10), s. 13-40.
- Baltaş, A. (2005). *Ekip Çalışması ve Liderlik* (6 b.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Bass, B. M. (1990). From Transactional to Transformational Leadership Learning to Share to Vision. *Organizational Dynamics*, 18(3), s. 19-31.
- Batmunkh, M. (2011). *Liderlik Tarzları ile Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Sessizlik Arasındaki İlişki ve Bir Araştırma*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı.
- Burwash, P. (1998). *Liderliğin Anahtarları*. (A. Hüseyin, Çev.) Timaş Yayınları.
- Cınar, O., & Sıçrır, H. (2019). Sanal Kaytarma ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Erzurum İlinde Bir Kamu Kurumu Örneği. *İş ve Hayat*, 5(10), 119-135.
- Celaleddin, S. (2012). *Liderlik ve Motivasyon -Geleneksel ve Güncel Yaklaşımlar-* (3 b.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Celik, C., & Sünbül, Ö. (2008). "Liderlik Algılamalarında Eğitim ve Cinsiyet Faktörü: Mersin İlinde Bir Alan Araştırması". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), s. 49-66.
- Cengiz, D., Yılmaz, M. K., & Çevirgen, A. (2010). Liderlik Yaklaşımları ve Liderlik Tarzlarına İlişkin Bir Araştırma. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(1), s. 129-152.
- Cetin, N. G., & Beceren, E. (2007). Lider Kişilik: Gandhi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(5), s. 110-132.
- Cevahiroğlu, B., & Çakıcı, A. H. (2022). Sporcuların Karakter Özelliklerine Göre Liderlik Yönelimlerinin İncelenmesi . *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, s. 688-701.

- Coşkun, C. A. (2011). Organizasyonlarda İnsan Yönetimi: İnsan Mühendisliği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), s. 386-416.
- Demir, C., Yılmaz, M. K., & Çevirgen, A. (2010). Liderlik Yaklaşımları ve Liderlik Tarzlarına İlişkin Bir Araştırma. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(1), s. 129-152.
- Dindar, A. M. (2001). *Liderlik, Liderlik Tarzları ve Bir Uygulama*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Ekici, K. M. (2006). *Vizyoner Lider* (1 b.). Ankara: Turhan.
- Emmanuel, O., & Lloyd, H. C. (2011). Leadership style, organizational culture and performance: empirical evidence from UK companies. *The International Journal of Human Resource Management*, 11(4), s. 766-788. doi:https://doi.org/10.1080/09585190050075114
- Eren, E. (2012). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi* (16 b.). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Ergun, Özler, N. D. (2013). K. Celil, & Ö. İnan (Dü) içinde, *Yönetim ve Organizasyon* (s. 94-123). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri.
- Erol, E. (2000). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi* (6 b.). İstanbul: Beta Yayınevi.
- Fındıkçı, İ. (2009). *Hizmetkar Liderlik*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Favzal, R., Altun, B. T., Azbay, A., & Reşitoğlu, S. (2023). Liderlik Kavramına ve Liderlik Kuramlarına Genel Bir Bakış. *Academic Social Resources Journal*, 8(46), s. 2139-2145. doi:10.29228/ASRJOU
- Ferhat, G. (2014). *Spor Yöneticilerinin Liderlik Stilleri İle Sporun Yaygınlaştırılması Araşındaki İlişki*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Göksel, A. (2009). *İşletme Yönetimi* (3 b.). İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Gülhanım, K. (2024). Spor Yönetiminde Lider ve Yönetici. D. Pero, & Dumangöz (Dü) içinde, *Spor Yönetimi ve Liderlik* (s. 17-30). İstanbul: Efe Akademi Yayınları.
- Hicks, H. G. (1979). *Örgütlerin Yönetimi: Sistemler ve Beşeri Kaynaklar Açısından*. içinde Ankara: Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi.
- Hakan, G. (2019). *Spor Merkezi Yöneticilerinin Liderlik Tarzlarının Çalışan Performansı İle İlişkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.
- Hicks, H. G. (1979). *Örgütlerin yönetimi : sistemler ve Beşeri kaynaklar açısından*. Turhan Kitabevi.
- Hodgetts, R. M. (1997). *Yönetim: Teori, Süreç ve Uygulama* (5 b.). (E. C. Canan Çetin, Çev.) İstanbul: Der Yayınları.

- House, R. J., & Javidan, M. (2006). Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62. *Journal of Applied Christian Leadership*, 1(1), s. 55-71.
- İbrahim, G., & Özgür, A. (2018). Liderlik Kuramları ve Sağlık İşletmelerinde Liderlik. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 5(3), s. 217-226. doi:10.5222/SHYD.2018.217
- İnan, Ö. I., & Serinkan, C. (2020). Liderlik Yaklaşımları ve Spor Yönetiminde Liderlik. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(2), s. 308-332.
- Ismail, B., & Bulut, Y. (2004, Ekim). Yöneticilerin Uyguladıkları Liderlik Yaklaşımlarına Yönelik Algılamaları: Likert'in Yönetim Sistemleri Yaklaşımına Dayalı Bir ASlan Çalışması. *İstanbul Üniversitesi Siyasi Bilimler Fakültesi Dergisi*(31), s. 151-176.
- Jerald, G., & Baron, R. A. (2000). *Behavior in Organizations* (Seventh b.). USA: Prentice Hall.
- Jung, D. I., & Avolio, B. J. (2000). Opening The Black Box: An Experimental Investigation of the Mediating Effects of Trust and Value Congruence on Transformational and Transactional Leadership. *Journal of Organizational Behavior*, 21(8), s. 949-964.
- Karcioğlu, F., & Sıçrâr, H. (2019). Stratejik Bilinç ve Yetenek Yönetimi Arasındaki İlişki: Erzurum Örneği. *Is, Güç: Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 21(3), 107-124.
- Kirel, C. (2004). *Örgütsel Davranış* (2 b.). (E. Özkalp, Dü.) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri.
- Kırmaz, B. (2010). Bilgi Çağı Lideri. *Ankara Barosu Dergisi*, 3(68).
- Karataş, E. Ö., Savaş, B. Ç., & Karataş, Ö. (2021). Beden Eğitimi, Spor ve Oyunun Sosyalleşme Üzerine Etkisi. *Kafkas Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 1(1), s. 1-16.
- Kousez, J., & Posner, B. (2018). *Learning Leadership*. (Esen, & Güray, Çev.) İstanbul: Pasifik Ofset.
- Kurudirek, M. A., & Kurudirek, M. İ. (2022). Elektronik Spor. *ASAD-2021* (s. 161). İstanbul: Efe Akademi Yayınevi.
- M. Şerif, Ş., Tahir, A., & Adnan, Ç. (2011). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış* (7 b.). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Münevver, Ç., & Nehir, Ö. (2020). *VUCA Dünyası Sarmalında Çevik Liderlik Paradigması ve Başlılık*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Muhsin, H., Mehmet, Ç., & Battal, Ş. (2007). *Stratejik Liderlik*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Murat, T. (2019). Sporda Liderlik Tipleri, Yaklaşımları ve Fonksiyonları. *Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 138-151.

- Northouse, G. P. (2007). *Leadership Theory and Practice* (7 b.). California: CA.: Sage Publication.
- Onen, M., & Kanayran, H. G. (2015). Liderlik ve Motivasyon: Kuramsal Bir Değerlendirme. *Birey ve Toplum*, 5(10), s. 43-63.
- Orhan, E., & Dikici, M. (2009). Liderlik ve Kurum Kültürü Etkileşimi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(29), s. 198-213.
- Ozkan, A. (2023). *Vizyoner Liderlik* (Cilt 5). Ankara: Pegem Akademi.
- Rafferty, A., & Griffin, M. (2004). Dimensions of Transformational Leadership: Conceptual and Empirical Extensions. *The Leadership Quarterly*, 15, s. 329-354. doi:<https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2004.02.009>
- Rajnandini, P., Chester A, S., & Eric S, W. (1999). Fairness Perceptions and Trust as Mediators for Transformational and Transactional Leadership: A Two Simple Study. *Journal of Management*, 25(6), s. 897-933.
- S., M. Ö., Hasibe, G., & Kanayran. (2015). Liderlik ve Motivasyon: Kuramsal Bir Değerlendirme. *Birey ve Toplum*, 5(10), s. 43-63.
- Saruhan, S. C., & Yıldız, M. L. (2009). *Çağdaş Yönetim Bilimi*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Selen, D. (2007). *Vizyona Dayalı Liderlik* (2 b.). İstanbul: KareYayımları.
- Serhat, Ö. (2015). *Bireysel ve Takım Sporuyla Uğraşan Sporcular İle Spor Yapmayan Bireylerin Duygusal Zeka ve Liderlik Özelliklerinin İncelenmesi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Sunay, H. (1997). Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü'nün Uyguladığı Antrenör Eğitim Programlarının Değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 4, s. 44-60.
- Tahir, A. (2002). Liderlik. Z. Bildirici (Dü.) içinde, *Kamu Yönetimi* (Cilt 7, s. 227-239). Eşkischir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri.
- Tamer, K. (2003). *İşletme Yöneticiliği* (9 b.). İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Watt, D. (2004). *Sports Management and Administration* (2 b.). London: London: E&Fn Spon.
- Werner, I. (1993). *Liderlik ve Yönetim* (1 b.). (V. Üner, Çev.) İstanbul: Rota Yayınları.
- Yıkılğan, A. (2016). *Kış Sporlarına Başlayan 8-14 Yaş Erkek Öğrencilerde Biyomotorik Özelliklerin İncelenmesi*. Ağrı: Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Eğitimi Anabilim Dalı.
- Yıkılğan, A., & Sivrikaya, H. M. (2024). Spor Alt Yapısının Oluşturulmasında Okul Öncesi Dönemde Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenin Rolü. S. Özbay, M. Turhan, & İ. S. Ağırbaş (Dü) içinde, *Spor Yönetiminde Sürdürülebilirlik ve Nitel Araştırma* (s. 25-42). Özgür Yayınları. doi:<https://doi.org/10.58830/ozgur.pub485.c2006>

- Yaldız, İ. (2023). *Spor Yöneticilerinin Çevik Liderlik ve Kriz Yönetimi Davranışı*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisans üstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.
- Yasemin, K. (2015). Liderlik ve Motivasyon Teorileri: Kuramsal Bir Çerçeve. *Uluslararası Akademik ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(2), s. 86-115. <http://www.yonbildergi.com> adresinden alındı
- Yetim, A. A. (1996). Spor Yönetiminde Liderlik. *Beden Eğitimi Spor Bilimleri Dergisi*, 3, s. 85-94.
- Yukl, G. (1991). *Leadership in Organizations*. New Jersey: Prentice Hall.
- Zel, U. (2011). *Kişilik ve Liderlik* (3 b.). İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Zeynep, G. (2005). *Spor Yönetiminin Farklı Boyutlarında Yer Alan Spor Yöneticilerinin Liderlik Tiplerinin Araştırılması (Ege Bölgesi Örneği)*. Manisa: Celal Bayar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi Öğretmenliği Anabilim Dalı.
- Zeyyat, S., & Tüz, M. (1996). *Örgütsel Psikoloji*. Bursa: Ezgi Kitabevi.

Spor Yönetiminde Dijital Dönüşüm: Metaverse ve Teknolojinin Gücü

Muhammet Emin Dertli¹

Şükran Dertli²

Özet

Bu araştırma, spor yönetimi alanının güçlü ve zayıf yönlerini, fırsatlarını ve tehditlerini SWOT analizi yöntemiyle incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, spor yöneticiliği eğitimine yönelik stratejik önerilerde bulunarak, alandaki teorik ve pratik eksikliklerin giderilmesine katkı sağlamayı hedeflemektedir. SWOT matrisine dayalı olarak, güçlü yönlerden faydalanarak 6 strateji, zayıf yönlerin üstesinden gelmek için 10 strateji, fırsatları değerlendirmek amacıyla 6 strateji ve tehditlere karşı 6 strateji geliştirilmiştir. Bu stratejilerin, spor yöneticiliği ve dijital dönüşüm alanındaki gelişimi desteklemek için büyük bir potansiyele sahip olduğu öngörülmektedir. Spor yöneticiliği alanında yapılan akademik çalışmalar, sporun sosyal, kültürel, ekonomik ve dijital boyutlarını ele alarak, spor organizasyonlarının daha etkili yönetilmesi için stratejiler geliştirmektedir. Ancak, mevcut literatürde bazı eksiklikler bulunmaktadır. Özellikle sporun toplumsal rolü, dijitalleşme, Metaverse gibi sanal ortamlar, kadınların spor yönetimindeki rolü ve spor psikolojisi gibi konulara daha fazla odaklanılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, sporun sadece bir etkinlik olarak değil, aynı zamanda ticari bir alan olarak da ele alınmaya başlandığı ortaya konulmuştur. Spor yöneticiliği eğitimi, çoğunlukla sportif liderlik, insan kaynakları ve organizasyonel yönetim gibi konulara odaklansa da, sosyal sorumluluk, etik, inovasyon, uluslararası işbirlikleri ve dijital dönüşüm gibi alanlarda daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir. Bu bağlamda, spor yöneticiliği eğitiminin dijital dönüşüm sürecine uyum sağlaması ve öğrencilere modern yöneticilik becerileri kazandırması kritik öneme sahiptir. Ayrıca, Türkiye'nin spor yönetimi stratejilerinin küresel rekabet ortamında

1 Atatürk Üniversitesi, Horasan Meslek Yüksekokulu, Bilgisayar Teknolojileri, Erzurum, Türkiye emindertli@atauni.edu.tr ORCID: 0000-0003-4309-6201

2 Atatürk Üniversitesi, Kış Sporları ve Spor Bilimleri Enstitüsü, Spor Yönetimi, Erzurum, Türkiye sukrandertli25@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9901-5349

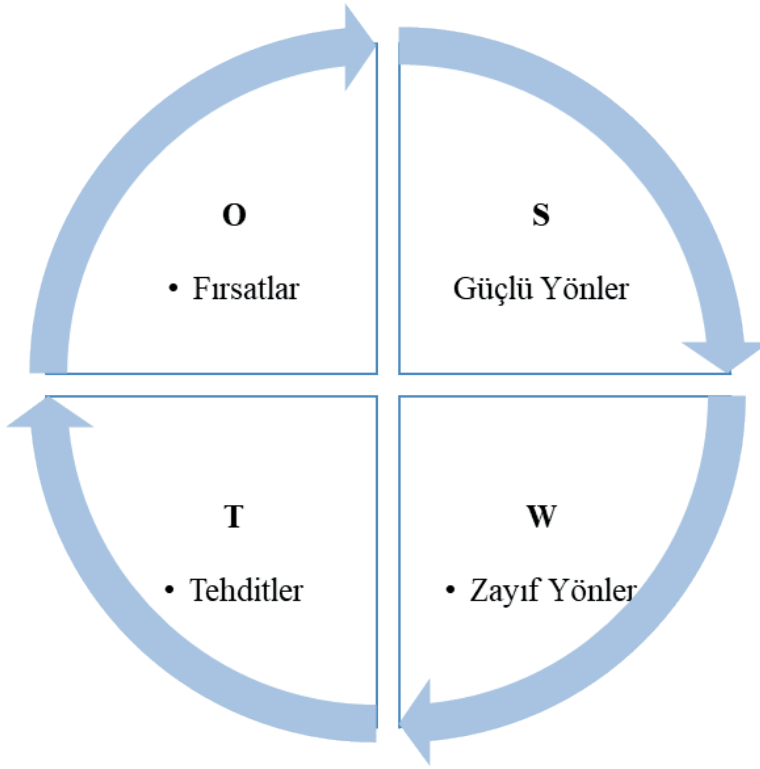
uluslararası perspektiflerle desteklenmesi gerektiği ifade edilmektedir. Sonuç olarak, spor yöneticiliği eğitiminde çok disiplinli yaklaşımlar benimsenmeli, toplumsal sorumluluk, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik gibi değerler ön plana çıkarılmalıdır. Öğrencilerin yalnızca yönetim becerileri değil, aynı zamanda sporun toplum üzerindeki etkileri konusunda da bilgi sahibi olmaları sağlanmalıdır.

GİRİŞ

Yönetim kavramı, insan topluluklarının varlığıyla birlikte doğan ve toplumsal bir ihtiyaç olarak kabul edilen bir olgudur. Tarihsel perspektifte, bireyler yönetsel gereksinimlerini karşılayabilmek amacıyla aşiret, kabile, boy, ulus ve devlet gibi farklı sosyal ve siyasal yapılar oluşturmuşlardır. Bu yapıların her biri, toplumların düzenini sağlamak ve toplumsal işlevleri yerine getirmek adına yönetsel mekanizmaların işlevsel hale gelmesini sağlamıştır (Eryılmaz, 2014, Akt.; Elkırımış, 2024). Planlama, örgütleme, yöneltme, koordinasyon ve denetim gibi yönetim işlevleri, spor etkinliklerinin ve organizasyonlarının başarıyla yürütülmesinde kritik bir öneme sahiptir. Bu bağlamda, spor yönetimi, genel yönetim ilkelerinin spor alanlarında nasıl uygulanacağını açıklamak adına önemli bir rol üstlenmektedir. Spor yönetiminin temel amacı, spor organizasyonlarının işleyişini bilimsel bir bakış açısıyla incelemek, etkin yöntemleri belirlemek ve bu yöntemleri prensip haline getirerek spor politikalarının ve hedeflerinin gerçekleştirilmesine katkı sağlamaktır (Sunay, 2017). Spor kavramı ise, dünya genelinde genellikle İngilizce desteğiyle tanınsa da, aslında İngilizce kökenli değildir. Bu kavram, Latince dağıtmak veya ayırmak anlamına gelen “disportare” veya “deportare” kelimelerinden türetilmiştir (Keten, 1993, Akt., Gökdağ vd., 2019). Spor, kurallar çerçevesinde fiziksel ve zihinsel rekabetin yer aldığı, branşa göre yapılan yarışma etkinliklerine denir (Yılmaz, 2023). Spor; bireylerin yaşam kalitelerini artırarak sağlıklı toplumlar inşa etmeye yardımcı olan bir vücut terbiye disiplini (Akdağ ve Türkmen, 2023; Alaeddinoğlu ve Kaya, 2016). Spor yönetimi, sporun organize edilmesi, planlanması ve yürütülmesi süreçlerini kapsayan bir disiplindir. Bu alan, spor organizasyonlarının etkin ve verimli bir şekilde işleyebilmesi için gerekli strateji, liderlik ve kaynak yönetimi becerilerini içerir. Spor yönetimi, sporun daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlarken, sürdürülebilir bir gelişim ve başarı için temel bir rol oynamaktadır (Karakuş, 2023; Karataş, 2019)

SWOT analizi, 1970’li yıllarda iş yönetimi alanında bir analiz ve planlama aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. İlk olarak Albert Humphrey tarafından SOFT (Strengths, Opportunities, Faults, Threats) analizi olarak geliştirilmiş olup, daha sonra Urick ve Orr tarafından SWOT (Strengths,

Weaknesses, Opportunities, Threats) analizi olarak güncellenmiş ve mevcut formunu almıştır. Bu evrim, SWOT analizinin daha geniş bir uygulama alanı bulmasına ve yaygın olarak kullanılmasına olanak tanımıştır (Doğdubay ve Karan, 2015). SWOT analizi; bir turizm ürününün rakiplerine karşı güçlü ve zayıf yönlerini belirleyip, turizm işletmesinin karşılaşılabileceği fırsatları ve tehditleri önceden tespit ederek, bu veriler ışığında stratejik pazarlama planlaması oluşturma sürecine denir (Çuhadar, 2024). SWOT analizi, bir konu veya faaliyetle ilgili güçlü ve zayıf yönleri belirlemek ve dış çevreden kaynaklanan fırsat ile tehditleri ortaya koymak amacıyla kullanılan bir tekniktir. SWOT terimi, İngilizcedeki dört ana kelimenin ilk harflerinden oluşan bir kısaltmadır. Bu kelimeler sırasıyla; Güçlü Yönler (Strengths), Zayıf Yönler (Weaknesses), Fırsatlar (Opportunities) ve Tehditler (Threats) olarak açıklanmaktadır (Yarkıcı ve Yıldız, 2024). SWOT analizi, örgütün mevcut durumunu değerlendirmeye ve gelecekteki stratejik yönelimlerini belirlemeye yardımcı olan önemli bir araçtır. Bu analiz, örgütün güçlü yönlerini ortaya koyarak, zayıf yönlerinin güçlü yönlere dönüştürülmesine ve mevcut tehditlerin fırsatlara çevrilmesine olanak sağlar. Ayrıca, örgütün geleceği için bir yol haritası oluşturulmasında rehberlik etmektedir. Yöneticilere mevcut durumu analiz etme imkanı sunarak, alınacak stratejik kararlara yön verilmesine katkı sağlar. Verilerin sınıflandırılmasını sağlayarak, sorunların çözülmesinde ve olası problemleri önlemede verilerin etkin kullanımına dair önemli bir bakış açısı kazandırır (Yeşiltaş vd., 2009). Esmer (2020)'e göre stratejik yönetim, işletmelerin faaliyet gösterdikleri ortamda hem iç hem de dış faktörleri göz önünde bulundurarak bir yönetim yaklaşımı benimsemelerini ifade etmektedir. Bu yönetim sürecinin önemli bir aşaması ise stratejik analizdir. Stratejik analiz, işletmenin başarılı olabilmesi için uygun stratejilerin belirlenmesinde, iç ve dış çevrenin detaylı bir şekilde incelenmesini içerir. Bu aşamada sıklıkla SWOT analizi gibi yöntemler kullanılmaktadır. Şekil 1'de SWOT analizine yer verilmiştir.



Şekil 1. Swot Analizi

Şekil 1 Özcan (2024) çalışması uyarlanarak oluşturulmuştur.

Spor yönetimi eğitimine dair yapılan önceki çalışmalar ve literatürde yer alan benzer konular (Kurtipek vd., 2020; Özer ve Atasoy 2021; Gabriel and Alina 2014; Cucui 2015; Javadipour et al; 2020) bu alandaki mevcut durumu anlamamıza katkı sağlamaktadır. Ancak, bu çalışmalar genellikle belirli alanlarla sınırlı kalmış veya yalnızca bir boyut üzerinden değerlendirilmiştir. Bu çalışmada ise daha geniş bir perspektif ve çok yönlü bir SWOT analizi ile spor yönetimi alanındaki güçlü ve zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler sistematik bir şekilde ele alınmaktadır. Ayrıca, spor yönetimi öğrencilerinin umutsuzluk düzeyleri, sağlıklı beslenme tutumları gibi sosyal ve psikolojik boyutların da dahil edilmesi, çalışmanın özgün katkılarından biridir. Bu, spor yönetimi eğitimini yalnızca akademik ve profesyonel becerilerle sınırlamayan, öğrencilerin kişisel gelişim süreçlerine de katkı sağlayan bir yaklaşımdır.

Çalışma, spor yönetimi alanındaki teorik temellerin güçlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Spor yönetimi, dijital dönüşüm, sürdürülebilirlik ve toplumsal etki gibi konularla giderek daha fazla

bağlantılı hale gelmektedir. Ayrıca, sporun ekonomik yönlerinin ötesinde, sosyal sorumlulukları da içeren bir etkinlik olarak ele alınması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, dijitalleşme ve metaverse gibi yenilikçi teknolojilerin spor yönetimine etkisi daha belirgin hale gelmektedir.

Çalışmanın amacı, spor yönetiminin güçlü ve zayıf yönlerini, fırsatlarını ve tehditlerini analiz etmek amacıyla SWOT analizi yapmaktır. Ayrıca, bu analizle spor yönetimi alanındaki potansiyel araştırma fırsatlarını belirlemek ve spor yönetimi eğitiminin yalnızca teorik yönleriyle değil, aynı zamanda dijitalleşme, yenilikçilik ve toplumsal sorumluluk gibi küresel rekabet koşullarına uyum sağlamak için gerekli stratejileri de göz önünde bulundurmaktır. Dolayısıyla, bu araştırma spor yönetimi eğitimi veren akademisyenler, politika yapımcılar ve spor organizasyonlarına yönelik stratejik öneriler sunarak alandaki pratiğe katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Tüm bu unsurlar, literatüre ve uygulama alanına önemli katkılar sağlayarak spor yönetimi eğitimindeki eksikliklerin giderilmesine ve eğitim kalitesinin artırılmasına yardımcı olacaktır.

YÖNTEM

Çalışmada, araştırma konusunun derinlemesine incelenmesini amaçlayan nitel bir araştırma yöntemi kullanılmıştır (Açiler, 2020). Dolayısıyla, Bedur ve Erbaş (2024)'de olduğu gibi bu çalışma kapsamında da literatür taraması sonucu incelenen araştırmaların SWOT analizi gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda spor yönetimi ile ilgili mevcut akademik çalışmalar taranarak güçlü, zayıf, fırsat ve tehditler kategorilerinde sınıflandırılmıştır. SWOT analizi, elde edilen veriler ışığında, spor yönetimi alanındaki mevcut durumu anlamak ve bu alandaki potansiyel araştırma fırsatlarını belirlemek amacıyla kullanılmıştır. Ayrıca, bu çalışmanın bulguları, spor yönetimi alanındaki gelecekteki stratejiler ve araştırmalar için bir temel oluşturmayı hedeflemektedir.

BULGULAR

Spor yönetimi, günümüzde büyük bir ekonomik potansiyel taşıyan bir alan olarak, inovasyon ve teknolojinin etkisiyle hızla büyümektedir. Teknolojik gelişmeler ve küreselleşme, spor yönetimi sektöründeki fırsatları arttırmakta ve yöneticilerin yeni iş alanlarında faaliyet göstermelerine olanak sağlamaktadır. Bu çalışmada, spor yönetiminin SWOT analizi, mevcut literatür ve yapılan araştırmalar (Yetim, 1996; Buyrukoğlu ve Şahin, 2022; Gök ve Sunay, 2010; Halıcı vd., 2020; Tekin ve Filiz, 2008; Ögüt, 2014; Gündoğdu ve Sunay, 2012; Duman vd., 2009; Uluç ve Durukan, 2021; Yavuz vd., 2018; Kurtipek vd., 2020; Özer ve Atasoy, 2021; Gabriel and

Alina, 2014; Cucui, 2015; Javadipour et al., 2020) kapsamında ele alınarak, spor girişimciliğinin güçlü ve zayıf yönleri ile karşılaştığı fırsatlar ve tehditler incelenmiştir. Bu kapsamda ilgili literatürden elde edilen bulgulardan yola çıkarak Esmer ve Gezer (2021)'in çalışmasında olduğu gibi SWOT analizi oluşturulmuştur. Tablo 1'de spor yönetiminin güçlü yönleri sunulmuştur.

Tablo 1. Güçlü Yönler

Güçlü Yönler	Açıklama
G1. Etkili liderlik ve yönetim yetkinlikleri	Dijitalleşme ve metaverse gibi yenilikçi teknolojilere liderlik edebilme yeteneği
G2. Yüksek eğitilmiş ve teknolojiye uyum sağlayabilen insan kaynağı	Dijital dönüşüm ve metaverse ile ilgili eğitilmiş ve deneyimli spor yöneticileri.
G3. Uluslararası deneyim	Dijital dönüşüm ve metaverse ile ilgili eğitilmiş ve deneyimli spor yöneticileri.
G4. Güçlü kamu ve yerel destek	Dijital dönüşüm süreçlerine yerel yönetimler ve kamu sektörünün sağladığı güçlü destek
G5. Spor altyapısının dijitalleşmesi ve inovasyon	Dijitalleşme ve inovasyon ile desteklenen modern spor altyapısı ve tesisler.
G6. Artan medya ve dijital sponsorluk ilişkileri	Dijital medya platformlarında spor organizasyonlarının etkileşimi ve sponsorluk anlaşmaları
G7. Etkin dijital iletişim becerileri ve koordinasyon	Metaverse ve dijital araçlar ile etkin iletişim ve koordinasyon becerilerinin geliştirilmesi
G8. Sporun yaygınlaşması için dijital altyapı ve tesis yatırımları	Dijital teknolojilerle desteklenen spor tesislerine yapılan yatırımların artması
G9. Verimli kaynak kullanımı ve dijital sistemlerin entegrasyonu	Dijital sistemlerle kaynakların etkin yönetimi ve verimliliğin artırılması
G10. Risk alma ve dijital karar destek sistemleri	Dijital platformlar üzerinden veri analizleri ile riskleri analiz etme ve karar verme becerisi
G11. Spor yöneticiliği bölümlerinin dijitalleşmeye uyumu	Dijitalleşmeye yönelik eğitim müfredatları ile spor yöneticiliği programlarının gelişmesi
G12. Spor politikalarında bilimsel ve dijital temellerin oluşturulması	Dijitalleşme ve metaverse'in spor politikalarına entegre edilmesi
G13. Spor yönetimi öğrencilerinin sağlıklı yaşam ve beslenme tarzına odaklanması	Dijital platformlar ve uygulamalarla sağlıklı yaşam tarzının teşvik edilmesi
G14. Dijital organizasyonel kültürün güçlenmesi	Dijital araçlar ve metaverse ile organizasyon kültürünün dijital ortamda güçlendirilmesi
G15. Ekip çalışması ve dijital işbirliği	Dijital teknolojiler ve metaverse platformları üzerinden daha etkili ekip çalışması.

G16. Artan toplumsal duyarlılık ve çevresel sorumluluk	Dijital platformlar üzerinden yürütülen toplumsal duyarlılık ve çevresel sorumluluk projelerinin artması
G17. Dijitalleşme ve teknolojik altyapının spor yönetimi alanında kullanımı	Dijital teknolojiler ve metaverse uygulamalarının spor yönetiminde yaygın ve etkin kullanımı
G18. Spor yönetimi öğrencilerinin dijital psikolojik sağlamlık ve liderlik becerilerindeki gelişim	Dijital araçlar ve metaverse platformlarında psikolojik sağlamlık ve liderlik becerilerinin güçlendirilmesi.
G19. Sosyal sorumluluk projelerine dijital katılım	Dijital platformlar ve metaverse ortamları aracılığıyla sosyal sorumluluk projelerine katılımın artırılması.

Tablo 1'de yer alan güçlü yönler, spor yönetimi alanındaki çeşitli avantajları ve dijital dönüşüm fırsatlarını ortaya koymaktadır. Etkili liderlik ve yönetim yetkinlikleri, dijitalleşme ve metaverse gibi yenilikçi teknolojilere adapte olabilme ve bu araçları kullanarak spor organizasyonlarının daha başarılı bir şekilde yönlendirilmesini sağlayan önemli bir faktör olduğu belirlenmiştir. Yüksek eğitilmiş ve dijitalleşmeye uyum sağlayabilen insan kaynağı, spor yönetimi alanındaki karar alıcıların etkinliğini artırabileceği ve spor organizasyonlarının küresel düzeyde rekabet edebilmesine imkan tanıyabileceği bulgusuna ulaşılmıştır. Kamu ve yerel desteğin güçlü olması, dijital altyapı yatırımlarının hızlanmasına ve spor organizasyonlarının büyümesine katkı sağlayacağını göstermektedir. Ayrıca, spor altyapısındaki gelişim ve inovasyonların, sektördeki dijitalleşme ve teknolojik gelişmeleri daha verimli hale getirebileceği ortaya koyulmuştur. Spor yönetiminde medya ve dijital sponsorluk ilişkilerinin güçlenmesi, ekonomik açıdan fayda sağlayabileceği belirlenmiştir. Etkili dijital iletişim becerileri ve koordinasyon, spor organizasyonlarının uyum içinde çalışmasına katkı sağlarken, metaverse platformları ve dijital araçlar üzerinden daha etkin bir yönetim mümkün kılmaktadır. Sporun yaygınlaşması için dijital altyapı ve tesis yatırımları, sporun geniş kitlelere ulaşmasını destekleyerek, dijital ortamda daha fazla katılım sağlayabilir.

Verimli kaynak kullanımı ve dijital sistemlerin entegrasyonu, spor organizasyonlarının sürdürülebilirliğini ve etkinliğini artıracak gibi, dijital veri analizi sayesinde daha hızlı ve doğru karar almayı mümkün kılacaktır. Risk alma ve sezgilerle yapılan dijital yönetim, spor yöneticilerinin belirsizliklerle başa çıkmalarını ve yenilikçi çözümler üretmelerini sağlayabilecek potansiyele sahiptir. Spor yöneticiliği bölümlerinin sayısının artması, dijitalleşme süreçleriyle paralel olarak sektörde nitelikli insan kaynağı sağlamakta ve spor yönetimi eğitimini güçlendirmektedir.

Spor politikalarında dijital temellerin oluşturulması, daha sürdürülebilir ve etkin politikaların uygulanmasına olanak verirken, dijitalleşme ve metaverse uygulamaları spor yöneticiliği eğitimine yenilikçi bir yaklaşım katmaktadır. Ayrıca, spor yönetimi öğrencilerinin sağlıklı yaşam ve dijital beslenme tarzına odaklanmasının, hem profesyonel hem de kişisel yaşam kalitelerini artıracığı bulgusuna ulaşılmıştır. Organizasyonel kültürün dijitalleşmesi, spor organizasyonlarının daha uyumlu ve verimli bir şekilde çalışmasını sağlayabilecekken, metaverse platformlarında gerçekleştirilen dijital toplantılar ve etkileşimler organizasyonel bağlılığı güçlendirebilir. Ekip çalışması ve dijital işbirliği, spor organizasyonlarının ortak hedeflere dijital platformlar üzerinden etkin bir şekilde ulaşmasını teşvik edecektir. Artan toplumsal duyarlılık ve çevresel sorumluluk, dijital araçlar aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaşarak spor yönetiminin topluma daha fazla değer katmasını sağlar.

Dijitalleşme ve teknolojik altyapı kullanımı, spor yönetimde veri analizine dayalı kararlar almayı mümkün kılarken, dijital platformlar üzerinden alınan kararlar daha hızlı ve doğru sonuçlar doğurabilir. Spor yönetimi öğrencilerinin psikolojik sağlamlık ve liderlik becerilerindeki gelişim, dijital platformlar ve metaverse ortamlarında daha etkin bir şekilde sağlanabilirken, sosyal sorumluluk projelerine dijital katılım, sporun toplumsal fayda sağlamasına katkı yapabilir. Bu güçlü yönler, dijital dönüşüm ve metaverse uygulamalarının spor yönetimi alanındaki etkisini artırarak, eğitim ve yönetim süreçlerini daha verimli ve etkili bir şekilde sürdürülmesine olanak tanıyabilir.

Tablo 1'deki SWOT analizine dayalı olarak geliştirilen stratejiler;

Güçlü Yönlere Dayalı Stratejiler (S-O):

- **İş İmkanları Genişletme:** Dijitalleşme ile birlikte, mezunların teknoloji odaklı kamu ve özel sektördeki yönetici pozisyonlarına yerleştirilmeleri için iş birliği fırsatları artırılabilir.
- **Kariyer Gelişimi ve Eğitim Desteği:** Spor yönetimi bölümü, dijital yetkinlikleri artıracak eğitim programları sunarak mezunlara yeni kariyer fırsatları yaratabilir. Ayrıca, dijital liderlik ve girişimcilik gibi beceriler kazandıran projeler geliştirilebilir.
- **Teknolojik Yatırımlar ve Dijitalleşme:** Spor yönetimi süreçlerinde dijitalleşmenin entegrasyonu hızlandırılabilir. Bu, karar almayı hızlandırarak, süreçleri optimize etmeye ve verimliliği artırmaya olanak sağlayabilir.

- **Uluslararası İşbirliklerini Güçlendirme:** Küresel deneyim ve güçlü dijital liderlik becerileri ile uluslararası işbirlikleri oluşturulabilir. Böylece, dijital platformlar üzerinden ulusal ve uluslararası işbirlikleri fırsatlarından yararlanılabilir.
- **Dijital Dönüşüm ve Spor Yönetiminde İnovasyon:** Dijitalleşme ve teknolojik altyapıyı kullanarak spor organizasyonlarının daha verimli hale gelmesi sağlanabilir. Bu, dijital dönüşüm ve spor teknolojileri fırsatlarını artırabilir.
- **Sosyal Sorumluluk Projelerinin Yaygınlaştırılması:** Güçlü liderlik ve dijital platformlar kullanılarak spor yöneticiliği eğitiminde öğrencilerin sosyal sorumluluk projelerine katılımı artırılabilir ve spor yönetiminde psikolojik destek ve danışmanlık hizmetlerinin yaygınlaşması sağlanabilir.

Tablo 2’de spor yönetiminin zayıf yönleri sunulmuştur.

Tablo 2. Zayıf Yönler

Zayıf Yönler	Açıklama
Z1. Liderlik eksiklikleri	Dijital dönüşüm ve metaverse gibi yeni teknolojilere uygun liderlik yetkinliklerinin eksikliği, spor yönetiminin yenilikçi süreçleri yönetme konusunda zorluk yaşamasına yol açabilir
Z2. Eğitim ve deneyim eksiklikleri	Dijital teknolojiler ve metaverse ortamlarında etkin yönetim için gerekli eğitim ve deneyim eksiklikleri, spor yönetiminin dijitalleşme süreçlerinde geri kalmasına neden olabilir.
Z3. Spor yasalarında ve hukuki düzenlemelerde eksiklikler	Dijital platformlarda yapılan spor etkinlikleriyle ilgili hukuki düzenlemelerin yetersizliği, özellikle veri güvenliği ve dijital haklar gibi sorunları gündeme getirebilir.
Z4. Spor kulüpleri ve federasyon yapılarındaki yetersizlikler	Dijital altyapı eksiklikleri ve organizasyonel yapıdaki zayıflıklar, spor kulüpleri ve federasyonlarının dijital dönüşüme uyum sağlamasını engelleyebilir.
Z5. Finansal kaynakların yetersizliği	Dijitalleşme ve metaverse gibi teknolojilere yatırım yapacak finansal kaynak eksiklikleri, spor organizasyonlarının dijital dönüşüm projelerine yatırım yapmalarını zorlaştırabilir.
Z6. İletişim ve koordinasyon eksiklikleri	Dijitalleşen dünyada, etkin iletişim ve koordinasyon eksiklikleri, spor organizasyonlarının dijital platformlarda uyumlu ve verimli çalışmasını engelleyebilir.
Z7. Sosyal adaletin zayıflaması ve erişim sorunları	Dijitalleşme ve metaverse uygulamalarında sosyal adaletin sağlanamaması ve bazı kitlelere erişim zorlukları, eşitlik ve erişilebilirlik sorunları yaratabilir.
Z8. Kitle sporlarına yatırımın azalması	Dijitalleşmeye ağırlık verilmesiyle birlikte geleneksel kitle sporlarına yönelik yatırımların azalması, sporun geniş kitlelere ulaşmasında engel olabilir.

Z9. İnsan kaynağı yönetimi ve planlamasındaki eksiklikler	Dijital dönüşüm ve metaverse teknolojilerine uyum sağlayacak yeterli insan kaynağı yönetimi ve planlaması eksiklikleri, spor organizasyonlarının dijital becerilerini geliştirmelerini zorlaştırabilir.
Z10. Sistemdeki teknik eksiklikler	Dijital altyapının yetersizliği ve teknolojik sistemlerin uyumsuzluğu, spor organizasyonlarının dijitalleşme sürecinde karşılaştığı teknik engelleri oluşturabilir.
Z11. Yönetimsel zorluklar	Dijitalleşme sürecine geçişte yönetimsel zorluklar, spor organizasyonlarının verimli bir şekilde dijital platformlara geçiş yapmalarını zorlaştırabilir.
Z12. Spor yönetimi alanında teorik derslerin ağırlığı	Spor yönetimi eğitiminde dijital araçlar, metaverse ve teknoloji odaklı derslerin yetersizliği, öğrencilerin dijital çağın gereksinimlerine hazır olmamalarıyla sonuçlanabilir.
Z13. Spor yöneticiliği bölümünün tanınmaması	Spor yönetimi bölümlerinin dijitalleşme süreci ile uyumsuz olması ve sektörde dijital yöneticilik eğitiminin yeterince tanınmaması, sektördeki iş gücü ihtiyacını karşılamada eksikliğe yol açabilir.
Z14. Karmaşık ara yüz	Dijital platformlar, metaverse uygulamaları veya diğer teknolojik araçların karmaşık kullanıcı arayüzleri, spor yöneticilerinin bu araçları etkin bir şekilde kullanamamalarına yol açabilir.
Z15. Sistemin çalışma bilgisi eksikliği	Spor yönetimde dijital araçların etkin kullanımı için sistem bilgisi eksiklikleri, teknolojinin spor yönetimi süreçlerinde etkin kullanımını zorlaştırabilir.
Z16. Spor yönetimi eğitimi ile sektörel gereksinimler arasındaki uyumsuzluk	Dijital dönüşüm, metaverse ve yeni teknolojilerin sektörel gereksinimlere entegrasyonu konusunda eğitimdeki uyumsuzluk, spor yönetimi öğrencilerinin iş gücüne geçişlerini zorlaştırabilir.
Z17. Altyapı eksiklikleri ve erişim sorunları	Dijitalleşme ve metaverse uygulamaları için gerekli altyapı eksiklikleri, spor organizasyonlarının bu teknolojilere entegre olmasını engelleyebilir. Ayrıca, dijital erişim sorunları daha geniş kitlelere ulaşılmasını zorlaştırabilir.
Z18. Psikolojik stres ve umutsuzluk düzeyleri	Dijital dönüşümün getirdiği değişikliklere uyum sağlamakta zorlanan spor yöneticileri ve öğrencilerinin psikolojik stres ve umutsuzluk yaşamaları, verimli bir dijital geçişin önünde engel olabilir.
Z19. Kişisel gelişim eksiklikleri	Dijitalleşme ve yeni teknolojilere dair kişisel gelişim fırsatlarının eksikliği, spor yönetimi alanındaki bireylerin profesyonel olarak dijital becerilerini geliştirmelerini zorlaştırabilir.
Z20. Küresel rekabet ve adaptasyon sorunları	Küresel spor organizasyonları dijitalleşme konusunda hızlı adapte olurken, yerel organizasyonların bu değişime ayak uyduramaması, rekabet gücünün azalmasına yol açabilir.
Z21. Dijital dönüşüme uyum sağlamakta güçlük	Spor yönetimindeki dijital dönüşüm süreçlerine uyum sağlamakta yaşanan zorluklar, organizasyonların dijitalleşme süreçlerini hızla benimsemelerini engelleyebilir.

Tablo 2’de yer alan zayıf yönler, spor yönetimi alanındaki mevcut aksaklıkları ve gelişim gereksinimlerini göstermektedir. Liderlik eksiklikleri, spor organizasyonlarının etkin yönetimini ve başarılı bir şekilde yönlendirilmesini engelleyen önemli bir sorun olarak öne çıkmaktadır. Eğitim ve deneyim eksiklikleri, spor yöneticilerinin profesyonel becerilerini geliştirmelerini zorlaştırırken, spor yasalarındaki ve hukuki düzenlemelerdeki eksiklikler, sektördeki düzeni ve hukuki güvenliği tehdit etmektedir. Spor kulüpleri ve federasyon yapılarındaki yetersizlikler, organizasyonların sürdürülebilirliğini ve etkinliğini olumsuz etkilemektedir. Finansal kaynakların yetersizliği, spor organizasyonlarının büyümesini ve gelişmesini sınırlamakta, aynı zamanda sponsorluk ve yatırım fırsatlarını engellemektedir. İletişim ve koordinasyon eksiklikleri, spor organizasyonlarının uyum içinde çalışmasını zorlaştırırken, sosyal adaletin zayıflaması ve erişim sorunları, sporun toplumsal fayda sağlama potansiyelini azaltmaktadır.

Kitle sporlarına yapılan yatırımın azalması, sporun yaygınlaşmasını engelleyerek toplumsal erişimi kısıtlamaktadır. İnsan kaynağı yönetimi ve planlamasındaki eksiklikler, spor yönetimi alanındaki verimliliği olumsuz etkilerken, sistemdeki teknik eksiklikler, organizasyonların günlük operasyonlarını aksatmaktadır. Yönetimsel zorluklar, stratejik karar alma süreçlerini zorlaştırmakta, spor yönetimi alanında teorik derslerin ağırlığı, uygulamalı eğitim eksikliklerine yol açmaktadır. Spor yöneticiliği bölümünün tanınmaması, alanın profesyonel itibarı ve kabul görmesini engellemekte, karmaşık ara yüz ve sistemin çalışma bilgisi eksiklikleri, yönetim süreçlerini daha verimsiz hale getirmektedir. Spor yönetimi eğitimi ile sektörel gereksinimler arasındaki uyumsuzluk, alanın profesyonel gelişimini ve sektördeki iş gücü ihtiyacını karşılamada zorluklara yol açmaktadır.

Altyapı eksiklikleri ve erişim sorunları, spor organizasyonlarının büyümesini ve yayılmasını engellerken, psikolojik stres ve umutsuzluk düzeylerinin yüksek olması, spor yöneticilerinin verimliliğini ve karar alma süreçlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Kişisel gelişim eksiklikleri, spor yöneticilerinin profesyonel ve liderlik becerilerinde geride kalmalarına yol açmakta, küresel rekabet ve adaptasyon sorunları ise organizasyonların uluslararası arenada etkin bir şekilde faaliyet göstermelerini zorlaştırmaktadır. Dijital dönüşüme uyum sağlamakta yaşanan güçlükler, spor yönetiminde verimliliği ve inovasyonu engellemektedir. Bu zayıf yönler, spor yönetimi alanında daha etkili ve verimli çözümler geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Tablo 2'deki SWOT analizine dayalı olarak geliştirilen stratejiler;

Zayıf Yönleri İyileştirme Stratejileri (W-T):

- **Eğitim ve içerik iyileştirmeleri:** Spor yönetimi eğitim programlarında teorik derslerin yanı sıra uygulamalı dersler, vaka çalışmaları ve staj imkanları artırılabilir. Bu, spor yöneticilerinin pratik becerilerini geliştirmelerine yardımcı olarak sektöre yönelik daha yetkin bireylerin yetişmesini sağlar.
- **Kapsayıcılık ve eğitim kalitesi:** Spor yöneticiliği eğitiminde dil bariyerlerinin aşılması için yabancı dil eğitimi güçlendirilebilir. Ayrıca, yerel üniversitelerle işbirliği yaparak bölgesel eşitsizliklerin giderilmesi sağlanabilir. Eğitim kalitesinin artırılması amacıyla sürekli eğitim ve online eğitim platformları oluşturulabilir.
- **Kapsayıcılığı artırma:** Engelli bireyler ve dezavantajlı gruplar için spor alanlarına daha fazla erişim imkanı sağlanabilir. Bu, sosyal adaletin zayıflamasını önleyecek ve toplumda daha geniş bir kitleye ulaşılmasını sağlayabilir.
- **Eğitim ve uygulama arasındaki bağlantıyı güçlendirme:** Spor yönetimi eğitiminin sektörel gereksinimlerle uyumlu hale getirilmesi için iş dünyasıyla işbirlikleri artırılabilir. Spor yöneticiliği eğitiminin uygulama ve sektörel bilgi ile daha entegre bir hale getirilmesi, eğitimin kalitesini artırabilir.
- **Psikolojik destek ve kişisel gelişim programları:** Spor yöneticiliği eğitiminde öğrencilerin psikolojik sağlamlıklarını artıracak liderlik gelişim programları ve psikolojik destek sunulabilir. Bu tür programlar, spor yönetiminde daha sağlıklı karar alma süreçlerini ve etkili liderlik becerilerini geliştirmeye yardımcı olur.
- **Dijital dönüşüm ve teknoloji entegrasyonu:** Spor yönetiminde dijital teknolojiler ve metaverse gibi yenilikçi araçların kullanımına ağırlık verilebilir. Dijital dönüşüm süreçlerine uyum sağlamak için bu teknolojilerin eğitim müfredatına entegre edilmesi, spor yönetiminin verimliliğini artırabilir.
- **Yönetimsel zorluklar ve iletişim iyileştirmeleri:** Spor organizasyonlarında liderlik ve yönetim eksikliklerini gidermek için liderlik eğitimi verilebilir ve yöneticilerin kriz yönetim becerileri güçlendirilebilir. Ayrıca, organizasyon içindeki iletişim ve koordinasyonun artırılması için dijital platformlar ve araçlar kullanılabilir.

- **Finansal kaynakların artırılması:** Spor organizasyonlarının finansal kaynaklarını artırmak için yeni sponsorluk anlaşmaları yapılabilir ve dijital platformlardan gelir elde etme yolları araştırılabilir. Finansal kaynaklar, organizasyonların büyümesi ve sürdürülebilirliği için kritik öneme sahiptir.
- **Sosyal adaletin güçlendirilmesi:** Erişim sorunlarının azaltılması için toplumsal farkındalık kampanyaları düzenlenebilir ve sosyal adaletin sağlanmasına yönelik politikalara odaklanılabilir. Bu, sporun toplumsal fayda sağlamasına yardımcı olur.
- **İnsan kaynağı ve yönetim zorlukları:** İnsan kaynağı yönetimi ve planlamasındaki eksiklikler, etkin yönetim stratejileri ile giderilebilir. Ayrıca, spor yöneticiliği bölümlerinin tanınmaması gibi sorunları aşmak için sektörel tanıtımlar ve iş dünyasıyla işbirlikleri oluşturulabilir. Tablo 3'de spor yönetimindeki fırsatlar sunulmuştur.

Tablo 3. Fırsatlar

Fırsatlar	Açıklama
F1. Modern spor yönetim teknolojileri ve dijital dönüşüm	Spor yönetiminde dijitalleşme, metaverse, veri analitiği ve yapay zeka gibi modern teknolojilerin entegrasyonu, yönetim süreçlerinin daha verimli ve yenilikçi hale gelmesini sağlayabilir.
F2. Ulusal ve uluslararası işbirlikleri	Dijital platformlar üzerinden ulusal ve uluslararası işbirlikleri kurarak spor organizasyonlarının küresel düzeyde daha etkin ve işbirlikçi hale gelmesi sağlanabilir.
F3. Liderlik eğitim programları ve yeni liderlik yaklaşımları	Dijital liderlik eğitimleri ve online liderlik programları ile spor yöneticilerinin dijitalleşen dünyada daha etkin liderlik becerileri geliştirmesi sağlanabilir.
F4. Spor politikaları ve yasal düzenlemeler	Dijital dönüşümle uyumlu spor politikalarının ve yasal düzenlemelerin oluşturulması, spor organizasyonlarını daha sürdürülebilir hale getirebilir ve hukuki düzenlemeleri güçlendirebilir.
F5. Yerel yönetimlerin rolü ve altyapı yatırımları	Yerel yönetimlerin dijital spor altyapısına yatırım yaparak, sporun dijitalleşmesi için gerekli fiziki ve dijital altyapıları sağlayabilir.
F6. Sağlıklı yaşam bilinci ve spor kültürünün yaygınlaştırılması	Dijital platformlar ve mobil uygulamalar aracılığıyla sağlıklı yaşam bilincinin yaygınlaştırılması ve spor kültürünün dijital ortamda desteklenmesi sağlanabilir.
F7. Küresel spor kültürü ve küreselleşme	Küreselleşme ile birlikte dijital spor platformlarında yerel ve uluslararası spor kültürlerinin etkileşimi artabilir, metaverse gibi dijital ortamlarda sporun yaygınlaşması sağlanabilir.
F8. Spor eğitimi ve uygulamalı programlar	Dijital spor eğitimi platformları ve uzaktan eğitim fırsatları, öğrencilere global ölçekte erişim sağlarken uygulamalı programlar ile teorik bilgileri pratikle birleştirmelerine olanak tanıyabilir.

F9. Kadınların spor yönetimindeki rolünü artırma	Dijital eğitim platformları ve metaverse gibi ortamlar, kadınların spor yönetimindeki liderlik rollerini artırmak için fırsatlar sunabilir.
F10. Spor tesisleri ve işbirlikleri	Dijitalleşme ile spor tesislerinin etkin yönetimi sağlanabilir, ayrıca dijital altyapılar üzerinden tesisler arası işbirlikleri artırılabilir.
F11. Yasal düzenlemeler	Dijital spor yasaları ve düzenlemeleri, spor sektörünün daha şeffaf ve denetimli olmasını sağlayarak, global standartlarla uyumlu hale getirilmesini sağlayabilir.
F12. Genç nüfusun spora artan ilgi ve bilinci	Gençlerin dijital platformlarda spora olan ilgisi ve bilinci artırılabilir, bu da sporun dijitalleşmesi ile yeni fırsatlar sunabilir
F13. Dijital dönüşüm ve spor teknolojileri	Spor yönetiminde dijital dönüşümün sağlanması, teknoloji kullanımı ile spor organizasyonlarının verimliliğini artırabilir ve sporu daha geniş kitlelere ulaştırabilir.
F14. Spor yöneticiliği'nde formasyon eğitimi ile öğretmen olma imkanı	Spor yöneticiliği programları dijital araçlarla entegre edilebilir, bu sayede mezunlar daha geniş kariyer fırsatları ile öğretmenlik ve eğitim alanlarında da fırsatlar bulabilir.
F15. Antrenörlük belgesi alabilme imkanı	Dijital platformlar üzerinden antrenörlük eğitimi verilmesi, daha geniş kitlelerin kolayca antrenörlük belgesi almasına olanak tanıyabilir.
F16. Spor yönetiminde psikolojik destek ve danışmanlık hizmetlerinin artırılması	Dijitalleşen dünyada spor yöneticilerine yönelik çevrimiçi psikolojik destek ve danışmanlık hizmetlerinin yaygınlaşması, dijital platformlarda stres yönetimi ve liderlik gelişimine katkı sağlar.
F17. Küresel işbirlikleri ve ağ oluşturma fırsatı	Dijital platformlar aracılığıyla küresel spor organizasyonlarıyla işbirlikleri kurarak, sporun dijital alanlarda daha yaygın hale gelmesi ve farklı kültürlerle etkileşime geçmesi sağlanabilir.
F18. Spor yöneticiliği eğitiminin toplumsal sorumlulukla entegrasyonu	Dijital eğitim araçları ile spor yöneticiliği eğitimi, toplumsal sorumluluk projeleriyle entegrasyon sağlayarak sporun toplumsal faydasını artırabilir.
F19. Spor yönetiminde dijital eğitim araçları ve online eğitim platformlarının kullanımı	Dijital eğitim araçlarının yaygınlaşması, spor yöneticilerinin dijitalleşme konusunda eğitim almasını ve dijital becerilerini geliştirmesini sağlayarak, spor yönetiminin daha verimli olmasına katkı yapabilir.

Tablo 3'te yer alan fırsatlar, spor yönetimi alanındaki gelişim potansiyellerini ve gelecekteki büyüme alanlarını yansıtmaktadır. Modern spor yönetim teknolojileri ve dijital dönüşüm, spor organizasyonlarının

daha verimli ve etkili bir şekilde yönetilmesine olanak tanıyacak, aynı zamanda yenilikçi çözümlerin uygulanmasına zemin hazırlayacaktır. Ulusal ve uluslararası işbirlikleri, spor organizasyonlarının küresel düzeyde daha rekabetçi olmasını sağlayacak ve spor politikaları ile yasal düzenlemelerin güçlendirilmesi, sektördeki düzeni ve sürdürülebilirliği artıracaktır. Yerel yönetimlerin rolü ve altyapı yatırımlarının artması, spor tesislerinin geliştirilmesi ve yeni işbirliklerinin kurulması, sporun daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayacaktır.

Sağlıklı yaşam bilinci ve spor kültürünün yaygınlaştırılması, toplumun genel yaşam kalitesini artırırken, küreselleşme ve spor kültürünün yayılması, sporun evrensel değerlerinin daha geniş bir kitleye ulaşmasına yardımcı olacaktır. Spor eğitimi ve uygulamalı programlar, sektördeki nitelikli insan kaynağının artırılmasına katkı sağlayacaktır. Spor yöneticiliği alanında formasyon eğitimi ve antrenörlük belgesi alma imkanlarının, öğrencilerin ve profesyonellerin kariyerlerini geliştirmeleri açısından önemli rol oynayacaktır.

Spor yönetiminde psikolojik destek ve danışmanlık hizmetlerinin artırılmasının, spor yöneticilerinin ve profesyonellerinin karşılaştıkları stres ve baskılarla daha etkili bir şekilde başa çıkmalarını sağlayabileceği düşünülmektedir. Dijital dönüşüm ve spor teknolojilerinin, veri odaklı karar alma süreçlerinin hızlanmasına olanak tanıyacağı ve spor organizasyonlarının daha verimli yönetilmesini sağlayacağı öngörülmektedir. Küresel işbirlikleri ve ağ oluşturma fırsatları, spor yönetimi alanındaki işbirliklerinin artmasını sağlarken, spor yöneticiliği eğitiminin toplumsal sorumlulukla entegrasyonu, sporun toplumsal fayda yaratma gücünü artıracaktır. Ayrıca dijital eğitim araçları ve online eğitim platformlarının kullanımının, spor yönetimi eğitimine erişimi kolaylaştıracağı ve geniş kitlelere ulaşılmasına olanak vereceği öngörülmektedir. Bu fırsatların, spor yönetimi alanındaki yenilikçi çözümler ve stratejilerin gelişmesine önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Tablo 3'deki SWOT analizine dayalı olarak geliştirilen stratejiler;

Fırsatları Değerlendirme Stratejileri (S-O):

- **Uluslararası işbirlikleri ve eğitim fırsatlarını artırma:** Spor yönetiminde uluslararası işbirlikleri kurarak eğitim kalitesini geliştirme, öğrencilerin global düzeyde rekabetçi olmalarını sağlayabilir. Bu tür işbirlikleri, spor yöneticiliği bölümlerinde müfredatları daha zenginleştirebilir ve sektörde daha nitelikli profesyoneller yetiştirilmesine olanak tanıyabilir.

- **Antrenörlük ve eğitici eğitimleri ile sektördeki etkiyi artırma:** Antrenörlük eğitimlerinin yaygınlaştırılması, spor yöneticiliği alanındaki mezunların sektörde daha fazla yer almasını sağlayacaktır. Ayrıca, sporcuların performansını artıracak eğitimler ve etkinlikler düzenlemek, sektördeki iş gücü kalitesini artırmak için bir fırsat sunar.
- **Toplumsal sorumluluk projeleri ile sporun erişimini artırma:** Spor kulüpleri ve yerel yönetimler arasında işbirlikleri geliştirerek toplumsal sorumluluk projeleri oluşturulabilir. Bu projeler, sporun topluma ulaşmasını kolaylaştırır ve toplumsal fayda sağlama amacını güçlendirir. Bu sayede sporun daha geniş kitlelere ulaşması sağlanabilir.
- **Liderlik eğitim programları ile yönetim becerilerini güçlendirme:** Spor yöneticiliği alanındaki liderlik eksikliklerini gidermek için özel liderlik eğitim programları düzenlenebilir. Bu tür eğitimler, spor organizasyonlarının etkili yönetilmesini sağlarken, güçlü liderlerin yetişmesini ve organizasyonel başarının artmasını destekleyecektir.
- **Spor yönetiminde dijital dönüşüm ve teknolojinin entegrasyonu:** Dijital dönüşüm süreci hızlandırılarak spor yönetiminde dijital altyapı güçlendirilebilir. Bu strateji, dijital erişim sorunlarını ortadan kaldıracak ve spor organizasyonlarının yönetim verimliliğini artıracaktır. Ayrıca, spor teknolojilerinin geliştirilmesi, veri odaklı karar alma süreçlerini hızlandırarak organizasyonel verimliliği artırabilir.
- **İnovasyon ve rekabetçi avantaj sağlama:** Artan küresel rekabet karşısında inovatif yaklaşımlar geliştirilerek sektördeki konum güçlendirilebilir. Spor altyapısı ve yönetim sistemlerinde yenilikçi çözümler uygulanabilir, bu da organizasyonların rekabet avantajı elde etmesine ve sektördeki lider konumlarını pekiştirmelerine yardımcı olur.

Tablo 4'de spor yönetimindeki tehditler sunulmuştur.

Tablo 4. Tehditler (T)

Tehditler	Açıklama
T1. Liderlik krizi ve yönetimsel zorluklar	Dijitalleşen dünyada spor organizasyonlarının liderlik eksiklikleri, değişen teknoloji ve dijital becerilere uyum sağlama konusunda zorluklara neden olabilir.
T2. Spor yasaları ve hukuki yapısal eksiklikler	Dijital dönüşümle uyumlu olmayan eski spor yasaları ve hukuki yapılar, spor yönetiminde belirsizlik yaratabilir ve dijital platformlarda faaliyet gösteren organizasyonları zorlayabilir.
T3. Finansal kaynakların yetersizliği ve ekonomik kriz	Dijital dönüşüm ve teknoloji yatırımları için gerekli olan finansal kaynakların yetersizliği, spor organizasyonlarının dijitalleşme süreçlerini engelleyebilir.
T4. Rekabet artışı	Küresel düzeyde dijital spor platformlarının artması ve metaverse gibi yeni alanların yaygınlaşması, rekabeti artırarak yerel spor organizasyonlarını zorlayabilir.
T5. İstihdam sorunları ve spor yöneticiliği'ndeki mezun fazlalığı	Dijitalleşen spor sektöründe, mezun sayısının artması ve yeni dijital becerilerle donanmış profesyonellere olan talebin dengesizliği istihdam sorunlarına yol açabilir.
T6. Fırsat eşitsizliği	Dijital dönüşümle birlikte, altyapı ve teknolojilere eşit erişimi olmayan bölgeler veya bireyler için fırsat eşitsizliği daha belirgin hale gelebilir.
T7. Toplumda spor kültürünün yetersizliği	Dijital platformlar üzerinden spor kültürünün yaygınlaştırılmasına rağmen, toplumsal düzeyde spor kültürünün yetersizliği, katılımı ve ilgiyi sınırlayabilir.
T8. Sosyo-ekonomik eşitsizlikler ve sporun sosyal işlevi	Dijitalleşme, sosyo-ekonomik eşitsizlikleri daha derinleştirebilir ve sporun sosyal işlevini yerine getirmede engeller oluşturabilir.
T9. Sporun ticarileşmesi	Dijitalleşen spor sektöründe, sporun ticarileşmesi ve gelir odaklı yaklaşım, sporun asli amacına zarar verebilir ve daha fazla gelir elde etmek amacıyla dijital stratejiler aşırıya kaçabilir.
T10. Sistemin verimli kullanımı ve dijital erişim sorunları	Dijital altyapılara tam erişim sağlanamaması, sistemin verimli kullanılmamasına neden olabilir. Bu durum, dijital dönüşüm sürecinde büyük zorluklara yol açabilir
T11. Yeniliklere uyum sağlamama	Spor organizasyonlarının dijital yeniliklere uyum sağlamama sorunları, rekabetin gerisinde kalmalarına neden olabilir. Özellikle metaverse ve dijital medya kullanımında geri kalma riski vardır.
T12. Kısa süreli antrenörlük kursları	Dijitalleşme süreciyle uyumlu, kısa süreli ve yüzeysel antrenörlük kursları, spor yöneticiliği ve antrenörlük becerilerinin geliştirilmesinde yetersiz kalabilir.
T13. Yetersiz insan kaynağı politikaları	Dijitalleşen spor yönetimi süreçlerinde insan kaynağına yönelik eksik politikalar, nitelikli personel eksikliği yaratabilir ve verimliliği olumsuz etkileyebilir.
T14. Örgüt kültüründeki zayıflama	Dijitalleşme sürecinde, spor organizasyonlarının geleneksel kültürlerinden uzaklaşması ve dijital dönüşüme odaklanmaları, örgüt kültüründe zayıflamalara yol açabilir.

T15. Yerel yönetimlerle zayıf iletişim	Dijital dönüşümde yerel yönetimlerle etkin iletişim kuramamak, dijital altyapı yatırımlarında ve spor organizasyonlarının gelişiminde aksamalara neden olabilir.
T16. Küresel krizler ve ekonomik dalgalanmalar	Dijital dönüşüm sürecinin maliyetli yapısı, küresel krizler ve ekonomik dalgalanmalardan olumsuz etkilenebilir, bu da spor organizasyonlarının dijitalleşme süreçlerini sekteye uğratabilir.

Tablo 4'te yer alan tehditler, spor yönetimi alanındaki zorlukları ve karşılaşılan riskleri ortaya koymaktadır. Liderlik krizi ve yönetsel zorluklar, spor organizasyonlarının etkin bir şekilde yönetilmesini engelleyebilirken, spor yasaları ve hukuki yapısal eksiklikler, yasal belirsizliklere yol açarak organizasyonların sürdürülebilirliğini tehlikeye atabilir. Finansal kaynakların yetersizliği ve ekonomik kriz, spor sektöründeki büyümeyi kısıtlayabilir ve projelerin hayata geçirilmesini zorlaştırabilir. Rekabetin artması, spor organizasyonlarının sektördeki konumlarını güçlendirmeleri için daha fazla yenilikçi strateji geliştirmelerini gerektirebilir.

İstihdam sorunları ve spor yöneticiliği alanındaki mezun fazlalığı, iş gücü piyasasında doygunluk yaratabilir ve iş bulma olanaklarını zorlaştırabilir. Fırsat eşitsizliği ve toplumda spor kültürünün yetersizliği, sporun toplumsal etkisini sınırlandırabilir ve daha geniş kitlelere ulaşmasını engelleyebilir. Sosyo-ekonomik eşitsizlikler, sporun sosyal işlevini yerine getirmesini zorlaştırabilir, bu da sporun toplumsal entegrasyonuna olumsuz etki yapabilir. Sporun ticarileşmesi, sporun sosyal değerlerini gölgeleyerek, toplumsal sorumlulukları ikinci plana atabilir. Dijital erişim sorunları ve sistemin verimli kullanımı eksiklikleri, spor yönetiminde teknolojinin etkin bir şekilde kullanılmasını engelleyebilir. Yeniliklere uyum sağlamama, organizasyonların sektördeki gelişmeleri takip edememelerine yol açarak, rekabet avantajını kaybetmelerine neden olabilir. Kısa süreli antrenörlük kursları ve yetersiz insan kaynağı politikaları, yeterli eğitim ve nitelikli insan kaynağı sağlamakta zorluk yaratabilir. Örgüt kültüründeki zayıflama ve yerel yönetimlerle zayıf iletişim, organizasyonların etkinliğini ve verimliliğini olumsuz yönde etkileyebilir. Son olarak, küresel krizler ve ekonomik dalgalanmalar, spor yönetimi stratejilerinin ve projelerinin sürdürülebilirliğini tehdit edebilir. Ayrıca, metaverse gibi dijital platformların spor organizasyonları ve etkinlikleri için potansiyel kullanımının benimsenmemesi, dijital dönüşümün gerisinde kalmasına ve seyirci etkileşimi ile sanal etkinliklerin fırsatlarının kaçırılmasına neden olabilir.

Tehditlere Karşı Stratejiler (W-T):

- **Dijital uyum ve erişim sorunları:** Dijital okuryazarlık programları ve internet erişimi olmayan kullanıcılar için alternatif çözümler geliştirilmelidir. Ayrıca, metaverse gibi dijital teknolojilere erişimi artırmak için altyapı oluşturulmalıdır.
- **Mezun fazlalığı ve rekabet:** Mezun sayısının artmasıyla rekabetin yoğunlaşacağı öngörülerek, öğrencilere farklılaşma fırsatları sunan eğitim programları oluşturulmalıdır. • **Özel yetenek sınavları ve seçim süreçleri:** Spor yöneticiliği bölümüne alımlarda özel yetenek sınavları ve seçim süreçleri daha titiz hale getirilmelidir.
- **Spor kulübü ve federasyon yapılarının güçlendirilmesi:** Finansal zorlukları aşabilmek için spor kulübü ve federasyon yapılarının iyileştirilmesine yönelik projeler geliştirilebilir. Bu, finansal kaynakların yetersizliği ve ekonomik kriz tehdidine karşı bir önlem olabilir.
- **Özel sektör ve kamu destekli finansman modelleri geliştirme:** Spor sektöründe finansal kaynakların arttırılması için kamu ve özel sektör işbirlikleri oluşturulabilir. Bu, spor kulüplerinin finansal yapısını güçlendirebilir.
- **Metaverse ve dijital etkinliklere yatırım:** Dijital dönüşüm sürecinde metaverse gibi sanal platformların kullanımı artırılabilir. Bu, seyirci etkileşimini dijital ortama taşıyarak, spor organizasyonlarının küresel kitlelere ulaşmasını ve dijital ortamda gelir elde etmelerini sağlayabilir.
- **Özel sektör ve kamu destekli finansman modelleri geliştirme:** Spor sektöründe finansal kaynakların arttırılması için kamu ve özel sektör işbirlikleri oluşturulabilir. Bu, spor kulüplerinin finansal yapısını güçlendirebilir.

SONUÇ

Spor yönetimi, özellikle üniversite öğrencileri arasında yükselen bir eğilim olarak dikkate alınmaktadır. Sporla ilgili yönetim faaliyetleri, küreselleşme, dijitalleşme ve sağlıklı yaşam trendlerinin etkisiyle hızla büyümektedir. Bu analiz, spor yönetiminin güçlü yönleri ve zayıf yönleri arasında bir denge kurarak, mevcut durumu kapsamlı bir şekilde değerlendirmektedir. Spor yönetimi, dijital dönüşüm ve teknolojik gelişmelerle birlikte yeni bir boyut kazanmış ve bu dönüşüm, spor organizasyonlarının daha verimli yönetilmesini sağlamaktadır.

Bu SWOT analizi, spor yönetiminin güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri üzerinde yapılan literatür taramaları ve araştırmalar kapsamında oluşturulmuştur. Spor yönetimi alanındaki araştırmalar, çok çeşitli disiplinleri kapsayan geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Dijitalleşme, özellikle Metaverse gibi sanal platformların spor dünyasında kullanılması, spor yönetiminin geleceğini şekillendiren önemli bir gelişim alanı olmuştur. Metaverse gibi sanal ortamlarda spor etkinliklerinin düzenlenmesi, seyircilerle etkileşimin artırılması ve yeni gelir modellerinin oluşturulması, dijital dönüşümün spor yönetimine sağlayacağı katkılardandır. Araştırmalar, spor yönetiminin yalnızca ekonomik bir faaliyet olmanın ötesinde, çevresel ve toplumsal sorumlulukları da içeren bir etkinlik olarak ele alınabileceğini göstermektedir.

Dijitalleşme ve metaverse gibi teknolojiler, sporun daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlarken, çevre dostu etkinliklerin düzenlenmesi ve sürdürülebilirlik alanındaki gelişmeleri desteklemektedir. Dijital medya ve sosyal platformlar aracılığıyla sporun yaygınlaştırılması, toplumsal sorumluluk projeleriyle birleşerek sporun topluma olan etkisini güçlendirmektedir.

Güçlü yönler, Spor yönetimi alanındaki güçlü yönler, sektördeki mevcut avantajları ve gelişim fırsatlarını kapsamlı bir şekilde ortaya koymaktadır. Etkili liderlik ve yönetim yetkinlikleri, organizasyonların daha verimli bir şekilde yönetilmesine katkı sağlarken, yüksek eğitilmiş ve deneyimli insan kaynağı, spor organizasyonlarının etkinliğini artırmada kritik bir rol oynamaktadır. Ayrıca, uluslararası deneyim ve küresel perspektife sahip yöneticiler, organizasyonların küresel rekabetteki başarısını destekleyebilmektedir. Kamu ve yerel destek, spor altyapısındaki gelişim ve inovasyonlar, medya ve sponsorluk ilişkilerindeki güçlenme gibi faktörler, organizasyonların büyümesine ve sektördeki verimliliğe katkı sağlamaktadır. Etkili iletişim, koordinasyon, altyapı yatırımları ve verimli kaynak kullanımı gibi unsurlar, spor yönetiminin sürdürülebilirliğini ve etkinliğini artırmaktadır. Ayrıca, risk alma yeteneği ve sezgisel yönetim, spor yöneticilerinin belirsizliklerle başa çıkma yeteneklerini ve yenilikçi çözümler üretmelerini mümkün kılmaktadır. Spor yönetimi eğitiminin güçlenmesi, sektöre nitelikli insan kaynağı sağlayarak, organizasyonların gelecekteki başarılarını garanti altına almaktadır.

Zayıf yönler, spor yönetimi alanındaki mevcut aksaklıkları ve gelişim alanlarını ortaya koymaktadır. Liderlik ve eğitim eksiklikleri, organizasyonel etkinliği sınırlarken, finansal yetersizlikler ve hukuki düzenlemelerdeki eksiklikler sektördeki sürdürülebilirliği tehdit etmektedir. İletişim ve koordinasyon eksiklikleri, spor organizasyonlarının iç işleyişinde zorluklara yol açmakta, bu da verimlilik ve etkinliği olumsuz yönde etkilemektedir.

Ayrıca, altyapı eksiklikleri ve dijital dönüşüm sürecindeki zorluklar, sektörel gelişimi engelleyerek, organizasyonların küresel rekabette geri kalmasına neden olabilmektedir. Küresel rekabetin hızla arttığı bu dönemde, spor yönetiminin adaptasyon süreçlerindeki eksiklikler, sektörel büyümenin önünde engel teşkil etmektedir. Bu zayıf yönler, spor yönetimi alanındaki iyileştirmeler ve gelişim fırsatları için önemli bir temel oluşturmaktadır.

Fırsatlar, Spor yönetimi alanındaki fırsatlar, sektörün büyümesi ve gelişmesi için büyük bir potansiyel sunmaktadır. Dijital dönüşüm ve modern yönetim teknolojilerinin benimsenmesi, organizasyonların verimliliğini artırırken, dijital medya ve metaverse gibi teknolojilerle sporun erişilebilirliğini ve popülerliğini artırmaktadır. Ulusal ve uluslararası işbirlikleri, organizasyonların küresel rekabet gücünü artırabilir. Yerel yönetimlerin altyapı yatırımlarına yönelik artan destek, spor tesislerinin gelişimini sağlayarak daha fazla insanın sporla tanışmasını ve sağlıklı yaşam kültürünün yayılmasını teşvik edebilir. Kadınların spor yönetimindeki rolünün artırılması, toplumsal cinsiyet eşitliğine katkı sağlarken, spor organizasyonlarında çeşitliliği artıracaktır. Ayrıca, spor eğitimi ve dijital eğitim araçlarının kullanımı, profesyonellerin gelişimini destekleyerek, spor yönetimi alanında sürdürülebilir bir büyüme sağlayabilir. Spor yönetimi alanında, psikolojik destek ve liderlik gelişimi gibi konularda yapılan eğitimler, profesyonellerin karşılaştıkları zorluklarla daha etkili bir şekilde başa çıkmalarına yardımcı olabilir. Bu fırsatlar, sektördeki yenilikçi ve etkili çözümler için sağlam bir temel oluşturmaktadır.

Tehditler, spor yönetimi alanındaki çeşitli zorlukları ve riskleri ortaya koymaktadır. Liderlik eksiklikleri ve yönetsel sorunlar, organizasyonların etkinliğini engelleyebilirken, finansal ve hukuki yapıdaki eksiklikler sektördeki gelişmeleri zorlaştırabilir. Artan rekabet, istihdam sorunları ve fırsat eşitsizliği gibi faktörler, spor organizasyonlarının büyümesini ve toplumsal etkilerini sınırlayabilir. Ayrıca, sporun ticarileşmesi, sporun toplumsal değerlerinin gölgenmesine yol açabilir ve bu durum, toplumsal sorumlulukları arka plana atabilir. Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler, spor yönetiminin daha verimli olmasını sağlasa da, dijital erişim sorunları ve sistemin verimli kullanımı eksiklikleri, bu süreçlerin etkinliğini engelleyebilir. Yeniliklere uyum sağlamama, organizasyonların sektördeki gelişmeleri takip edememelerine ve rekabet avantajını kaybetmelerine yol açabilir. Kısa süreli antrenörlük kursları ve yetersiz insan kaynağı politikaları, spor organizasyonlarının nitelikli iş gücü sağlama yeteneğini zayıflatabilir. Örgüt kültüründeki zayıflamalar ve yerel yönetimlerle olan zayıf iletişim, organizasyonların etkinliğini ve verimliliğini olumsuz yönde etkileyebilir. Son olarak, küresel krizler ve ekonomik dalgalanmalar, spor

yönetimi stratejilerinin ve projelerinin sürdürülebilirliğini tehdit edebilir. Bu tehditlerin aşılabilmesi için yenilikçi çözümler geliştirilmesi ve dijital dönüşüm süreçlerinde sistemsal uyumun sağlanması gerekmektedir.

Spor politikalarında bilimsel temellerin oluşturulması, sürdürülebilir ve etkin politikalara zemin hazırlarken, organizasyonel kültürün güçlenmesi ve ekip çalışmasının teşvik edilmesi, spor organizasyonlarının uyum içinde ve verimli bir şekilde çalışmasını sağlayacaktır. Artan toplumsal duyarlılık ve çevresel sorumluluk, spor yönetiminin toplumsal katkısını artırarak uzun vadeli sürdürülebilirliği destekleyebilir. Dijitalleşme ve teknolojik altyapı ise, spor yönetimde veri analizine dayalı karar alma süreçlerini iyileştirerek verimliliği artırabilecektir. Metaverse gibi dijital platformların spor organizasyonlarına entegrasyonu, katılımcı deneyimleri ve etkileşimleri artırarak sektörde yenilikçi fırsatlar sunmaktadır. Ayrıca, spor yönetimi öğrencilerinin psikolojik sağlamlık ve liderlik becerilerindeki gelişim, organizasyonların karşılaştığı zorluklarla daha etkin bir şekilde başa çıkmalarına katkı sağlarken, sosyal sorumluluk projelerine katılım, sporun toplumsal fayda sağlamasına olanak tanıyacaktır. Bu güçlü yönler, spor yönetimi uygulamalarının daha verimli, etkin ve sürdürülebilir bir şekilde sürdürülmesine olanak tanıyacak potansiyeli taşımaktadır. Sonuç olarak güçlü yönler, özellikle liderlik yetkinlikleri, eğitilmiş insan kaynağı, altyapı yatırımları ve medya ilişkileri gibi alanlarda dikkat çekmektedir. Yetersiz liderlik, eğitim eksiklikleri, finansal kaynak yetersizlikleri ve iletişim sorunları gibi zayıf yönler, organizasyonel verimliliği olumsuz etkileyebilir. Aynı zamanda, mevcut spor yasalarındaki eksiklikler ve hukuki düzenlemelerin yetersizliği, sporun gelişimi önünde engeller oluşturabilmektedir. Çalışma sonunda spor yönetimde dijitalleşme, veri analitiği, sosyal medya ve dijital platformların, güçlü bir yönetim aracı haline geldiği belirlenmiştir. Metaverse ve diğer dijital çözümler, sporun erişimini ve katılımını artırırken, organizasyonel verimliliği de iyileştirebilir. Çevre dostu spor organizasyonlarının ve sürdürülebilirliğin, spor yönetimde yeni fırsatlar sunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dijital dönüşümün spor yönetimi üzerindeki etkilerini derinlemesine incelemenin, özellikle medya ilişkileri, spor organizasyonlarının dijitalleşmesi ve Metaverse gibi sanal ortamlardaki etkileşim fırsatları açısından gelecekte yapılacak çalışmaların daha da derinleşmesi, spor yönetimi literatürüne önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Spor yöneticiliği, psikolojik sağlamlık ve sağlıklı yaşam gibi unsurların dijital teknolojilerle entegrasyonunun, gelecekte spor yönetimde yeni fırsatlar ortaya koyacağı düşünülmektedir.

Spor yönetimi öğrencilerinin sağlıklı yaşam tarzına odaklanması, spor yönetimde önemli bir beceri olarak görülebilir, çünkü bu tutumlar sektördeki profesyonellere de yansiyabilir. Ancak, spor yönetimi

öğrencilerinin karşılaştığı stres ve kaygılar, eğitim süreçlerinde olumsuz etkiler yaratabilir ve onların mesleki gelişimini engelleyebilir. Eğitimde daha fazla sosyal ve psikolojik boyuta odaklanılması gerektiği halde, bu yönlerin genellikle ihmal edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Tüm bu durumlar değerlendirildiğinde, spor yöneticiliği eğitiminin hem yerel hem de küresel düzeyde çok boyutlu bir yaklaşımla güçlendirilmesi önemlidir. Öğrencilerin sadece yönetim becerilerini geliştirmeleri değil, aynı zamanda sporun sosyal, ekonomik ve kültürel etkilerini anlamaları, dijital ve teknolojik gelişmeleri takip etmeleri, etik değerlerle donatılmaları sağlanmalıdır.

Kaynakça

- Açiler, S. (2020). “Nitel araştırma yöntemleri”. [Çevrimiçi]. Available: <https://www.iienstitu.com/blog/nitel-arastirma-yontemleri>. [Erişildi: 12 Aralık 2024]. adresinden alındı
- Akdağ, M., & Türkmen, M. (2023). Kilis ve Gaziantep İllerinde Bocce ve Dart Sporunu ile Uğraşan Sporcuların Katılım Güdüsü ve Başarı Algılarının İncelenmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 66-78. <https://doi.org/10.46442/intjcss.1395155> adresinden alındı
- Alaeddinoğlu, V., & Kaya, İ. (2016). Türkiye Kayak Milli Takımları alp disiplini ve kuzey disiplini sporcularının antropometrik ve fizyolojik özelliklerinin karşılaştırılması. *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 116-123. <https://dergipark.org.tr/en/pub/sbsebd/issue/31662/347135> adresinden alındı
- Bedur, C., & Erbaş, İ. (2024). Yapım Sektöründe Dijital İkiz Kavramının Yapı Yaşam Döngüsü Kapsamında SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi. *PLANARCH-Design and Planning Research*, 8(2), 281-294.
- Buyrukoğlu, E., & Şahin, H. M. (2022). Spor yönetiminde liderlik ve yeni yaklaşımlar. *İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 9(3), 66-75.
- Cucui, G. G. (2015). Systemic vision–its necessity in the management of sports organizations. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*.
- Çuhadar, Y. (2024). Bilecik Pelitözü Göletinin Glamping Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi. *Premium e-Journal of Social Sciences (PEJOSS)*, 8(47), 1252-1259.
- Doğdubay, M., & Karan, İ. (2015). Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Etik Uygulamaların SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 24-32.
- Duman, S., Taşgın, Ö., & Özdağ, S. (2009). Beden eğitimi ve spor yüksekokulu spor yöneticiliği bölümünde okuyan öğrencilerin umutsuzluk düzeylerinin incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dergisi*, 11(3), 27-32.
- Elkırımış, Ö. (2024). Spor Yönetiminde Schadenfraude (Başkanının Üzüntüsünden Keyif Alma Duygusu) Etkisi: Kavramsal Bir İnceleme. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 11(111), 1677-1682.
- Esmer, Y. (2020). Financial strategic analysis in SMEs: The case of Amasya province. *Finans ve Ekonomi ve sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(1), 82-88. doi:10.29106/fesa.678877
- Esmer, Y., & Gezer, Y. (2021). Tarımsal İşletmelerde Stratejik Analiz: Erzurum İli Örneği. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 52(2), 119-127.

- Gabriel, C. G., & Alina, C. I. (2014). Research on the management of sports organizations. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 140, 667-670.
- Gök, Y., & Sunay, H. (2010). Türkiye ve Fransa'da Uygulanan Spor Yönetiminin Kamu Yönetimi Açısından Karşılaştırılması. *Spor metre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 8(1), 7-16.
- Gökdağ, M., Türkmen, M., & Akyüz, H. (2019). Okul Yöneticilerinin Spora Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi (Bartın Örneği). *International Journal of Contemporary Educational Studies (IntJCES)*, 5(2), 200-219.
- Gündoğdu, F., & Sunay, H. (2012). İnovasyon ve Türk spor yönetiminde inovasyon uygulamaları. *Spor metre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 10(2), 61-66.
- Halıcı, A., Parasız, Ö., & Yetim, A. (2020). Sayılarla Türkiye'de spor yöneticiliği eğitimi. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 25(4), 299-312.
- Javadipour, M., Hashemi Siyavoshani, M., & Ghorbani, M. H. (2020). at-hology of Human Resource Management System in Iran's Ministry of Sports and Youth. *Annals of Applied Sport Science*, 8(3).
- Karakuş, O. (2023). *Spor Endüstrisinde Yönetim*. Efe Akademi Yayınları.
- Karataş, E. N. (2019). *Liderlik boyutlarının yaşam tatmini üzerindeki etkisi: Spor yöneticileri üzerine bir alan araştırması*. Yüksek lisans tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Kurtipek, S., Güngör, N. B., Esentürk, O. K., İlhan, L., & Yenel, F. (2020). Öğrencilerin Bakış Açısı ile Spor Yöneticiliği Bölümü: bir swot analizi. *SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 18(1), 187-194.
- Öğüt, E. (2014). Türkiye'de Spor Yönetiminin Neoliberal Dönüşümü. *Amme İdaresi Dergisi*, 47(4), 31-58.
- Özcan, G. (2024). İşletmeler Bağlamında Metaverse: SWOT Analizi ile Durum Değerlendirmesi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 23(4), 1587-1612.
- Özer, U., & Atasoy, B. (2021). Kamu Kurumlarında Yönetim Bilgi Sistemlerinin Etkinliği: Spor Bilgi Sisteminin SWOT Analizi. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 26(1), 183-201.
- Sunay, H. (2017). *Spor Yönetimi*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- 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 İncelenmesi. *Spor metre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 6(1), 27-37.
- Uluç, S., & Durukan, E. (2021). Spor yönetimi bölümünde öğrenim gören öğrencilerin sağlıklı beslenmeye ilişkin tutum düzeylerinin incelenmesi. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 4(3), 438-446.

- Yarkıcı, S., & Yıldız, E. (2024). Yükselen Küresel Bir Sorun Olarak Aşırı Turizm: Prag Örneği. *Premium e-Journal of Social Sciences (PEJOSS)*, 8(40), 452-461.
- Yavuz, Y., Mirzeoğlu, N., & Kaymakçı, Y. (2018). Türkiye’de spor yönetimi alanında yapılan akademik çalışmaların analizi. *Journal of Global Sport and Education Research*, 1(1), 47-63.
- Yeşiltaş, M., Çeken, H., & Öztürk, İ. (2009). Karadeniz Bölgesindeki Turizm Olanaklarının Swot Analizi İle Değerlendirilmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 250-269.
- Yetim, A. (1996). Spor yönetiminde liderlik. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1(3), 85-94.
- Yılmaz, H. H. (2023). Antrenman ve Müsabaka Sırasında Performans Takibi: GPS ve Kalp Atım Sayısı Monitörü. N. F. Kışalı, S. Özbay, & S. Ulupınar (Eds) *Dijital Çağda Spor Araştırmaları I* (s. 75-90). Özgür Yayınları.

Buz Hokeyinde Etik ve Fair Play: Sorunlar ve Çözümler

Muhammet İrfan Kurudirek¹

Özet

Bu çalışma, buz hokeyinde etik ve fair play kavramlarını ele alarak, saldırganlık ve şiddet davranışlarının önlenmesi ile fair play'in korunmasının önemini vurgulamaktadır. Etik, bireylerin ve toplulukların doğru ve yanlış kavramlarına dayalı davranışlarını düzenleyen ilkeler bütünüyken, fair play adil oyun, dürüstlük, eşitlik ve kurallara uyum gibi değerleri ifade eder. Buz hokeyinde etik ve fair play, sporun fiziksel ve rekabetçi doğasını dengeleyerek oyuncuların güvenliğini sağlamayı ve sporun olumlu bir imajını sürdürmeyi hedefler.

Buz hokeyinin doğasında bulunan fiziksel temas, saldırganlık ve şiddet risklerini artırmaktadır. Bu bağlamda çalışma, farklı saldırganlık türlerini (enstrümantal, düşmanca, dolaylı, pasif, sözlü, fiziksel, psikolojik, grup ve yapısal saldırganlık) ve bu davranışların oyuncu sağlığı, takım performansı, sporun imajı, hukuki ve ekonomik etkilerini detaylandırmıştır.

Saldırganlık ve şiddetin önlenmesi için disiplin kurallarının uygulanması, eğitim ve farkındalık programlarının yaygınlaştırılması, psikolojik destek sağlanması, teknoloji ve video analizlerinin kullanılması gibi stratejiler önerilmektedir. Türkiye Buz Hokeyi Federasyonu'nun (TBHF) hayata geçirdiği Integrity Programı, disiplin talimatları ve antrenör eğitim seminerleri, Türkiye'deki önemli uygulamalardan bazılarıdır. Ayrıca NHL, IIHF, Kanada ve İsveç buz hokeyi federasyonları gibi uluslararası örnek uygulamalar, bu konuda ilham verici niteliktedir.

Sonuç olarak, etik ve fair play değerlerinin benimsenmesi, buz hokeyinin adil, güvenli ve sürdürülebilir bir spor dalı olmasını sağlamanın yanı sıra genç nesillere doğru rol modeller sunar. Bu kültürün güçlendirilmesi, buz hokeyinin ulusal ve uluslararası düzeyde daha geniş kitleler tarafından

1 Artvin Çoruh Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, <https://orcid.org/0000-0001-7902-8978>, irfankurudirek@artvin.edu.tr

benimsenmesine katkıda bulunacaktır. Çalışma, buz hokeyinde saldırganlık ve şiddeti önlemeye yönelik stratejilerin artırılmasının bir zorunluluk olduğunu vurgulamaktadır.

GİRİŞ

Etik ve Fair Play 'in Genel Tanımları

Etik, bireylerin, grupların ya da toplulukların davranışlarını düzenleyen doğru ve yanlış kavramlarına dayalı ilkeler bütünüdür. Spor etiği ise sporun, bireysel ve toplumsal düzeyde olumlu etkilerini artırmayı amaçlayan, fair play, dürüstlük, saygı, eşitlik ve adalet gibi kavramları merkeze alan bir etik dalıdır (Simon, R. L., 2010)

Fair play ise adil oyun anlamına gelir ve sporda saygı, dürüstlük, eşit rekabet koşulları ve kurallara uyum gibi değerleri içerir. Fair play sadece oyuncuları değil, antrenörleri, hakemleri, taraftarları ve spor yöneticilerini de kapsar.

Buz hokeyinde etik ve fair play, sporun fiziksel ve rekabetçi doğasını dengelemek amacıyla oyuncuların ve diğer paydaşların spor ahlakına uygun hareket etmesini ifade eder. Bu bağlamda fair play, centilmenlik ve şiddetsiz oyun anlayışı ile bütünleşir (International Fair Play Committee, 2023)

Buz Hokeyinde Etik ve Fair Play'in Önemi

Buz hokeyi, fiziksel temasın ve hızlı oyunun ön planda olduğu bir spor dalıdır. Bu özellikleri, etik sorunların ve fair play ihlallerinin ortaya çıkma riskini artırır. Ancak fair play, sporun ruhunu korumak ve oyuncuların güvenliğini sağlamak açısından hayati bir öneme sahiptir (Loland, S., 2002)

Oyuncu Güvenliği: Etik ve fair play, oyuncuların fiziksel ve psikolojik güvenliğini koruyarak oyunun keyifli ve sürdürülebilir olmasını sağlar.

Sporun İmajı: Fair play'e uyulması, buz hokeyinin medyada ve toplumda olumlu bir şekilde algılanmasını destekler. Şiddet olayları veya etik ihlaller, sporun prestijine zarar verebilir.

Genç Sporcular İçin Rol Model Olma: Genç sporcular, profesyonellerin davranışlarından etkilenir. Etik ve fair play'e uygun davranışlar, gençlere doğru örnek oluşturur.

Adil Rekabet: Kurallara ve etik değerlere uyum, tüm oyuncular için eşit şartlarda rekabet edilmesini sağlar. Bu, sporu daha çekici ve anlamlı hale getirir.

Toplumsal Değerler: Etik ve fair play, sadece spor alanında değil, toplumsal yaşamda da adalet, dürüstlük ve karşılıklı saygı gibi değerlerin yayılmasına katkıda bulunur.

Buz Hokeyinde Saldırganlık ve Şiddet

Oyuncuların Saldırganlık Düzeyleri ve Etkileri

Buz hokeyi, fiziksel temasın önemli bir parçası olduğu bir spor dalıdır. Ancak bu temas, bazen saldırganlık ve şiddet içeren davranışlara dönüşebilir. Oyuncular arasındaki çatışmalar, hakem kararlarına itirazlar veya rakip takım taraftarlarının baskısı, saldırgan davranışları tetikleyebilir (Coulomb-Cabagno, G., & Rasclé, O., 2006)

Saldırganlık Türleri

Enstrümantal Saldırganlık: Bu saldırganlık türü, belirli bir hedefe ulaşmak için gerçekleştirilir. Örneğin, rakip oyuncunun performansını düşürmek amacıyla yapılan sert müdahaleler bu türdendir. Bu davranış genellikle kontrollüdür ve duygusal yoğunluk içermez.

Düşmanca (Hostil) Saldırganlık: Duygusal yoğunluğun yüksek olduğu anlarda ortaya çıkar ve genellikle öfke, hayal kırıklığı veya intikam alma duygularıyla tetiklenir. Rakibe fiziksel zarar vermek temel amaçtır.

Dolaylı Saldırganlık: Bu tür, doğrudan fiziksel temas içermeyen ancak rakibe zarar verme amacı güden davranışları kapsar. Örneğin, rakibin konsantrasyonunu bozmak için sözlü sataşma veya kışkırtıcı hareketler yapmak dolaylı saldırganlık örnekleridir.

Pasif Saldırganlık: Oyuncunun kasıtlı olarak oyun kurallarını ihlal etmeden rakibin oyununu engellemesi ya da takım arkadaşlarına destek vermekten kaçınmasıdır. Örneğin, pasif şekilde topa müdahale etmeme veya savunmada görev almama.

Sözlü Saldırganlık: Rakibi kışkırtmak veya moralini bozmak amacıyla yapılan hakaret, bağırma ya da küçümseyici ifadeler bu tür saldırganlığa girer. Bu tür davranışlar buz hokeyinde de yaygın olarak görülür.

Fiziksel Saldırganlık: Doğrudan fiziksel zarar verme amacı güden davranışlardır. Rakibe sert şekilde çarpma, rakibin ekipmanını bilerek bozma veya kural dışı müdahaleler bu türdendir. Buz hokeyinde en sık rastlanan saldırganlık türüdür.

Psikolojik Saldırganlık: Rakibin zihinsel durumunu veya moralini hedef alan davranışlardır. Örneğin, rakip oyuncunun performansını küçümsemek ya da geçmişteki hatalarını yüzüne vurmak.

Grup Saldırıcılığı: Bir takım ya da taraftar grubu tarafından kolektif olarak gerçekleştirilen saldırgan davranışlardır. Örneğin, bir takımın oyuncularının hakeme topluca itiraz etmesi veya rakip takıma karşı kışkırtıcı tezahüratlar.

Yapısal Saldırıcılık: Spor sisteminin veya oyun kurallarının içinde dolaylı olarak saldırgan davranışları teşvik eden unsurlar bulunabilir. Örneğin, cezaların yetersizliği veya hakemlerin saldırgan davranışlara tolerans göstermesi bu tür saldırıcılığa neden olabilir.

1. Oyuncu Sağlığı

Şiddet içeren davranışlar, oyuncular üzerinde hem fiziksel hem de psikolojik ciddi etkiler yaratabilir:

Fiziksel Yaralanmalar: Şiddet içeren müdahaleler, oyunculara kırıklar, burkulmalar, kas yırtılmaları ve beyin sarsıntısı gibi ciddi yaralanmalara neden olabilir. Özellikle buz hokeyi gibi fiziksel temasın yoğun olduğu bir sporda bu tür riskler oldukça yüksektir. Sürekli yaralanmalar, oyuncuların kariyerlerini erken sonlandırmalarına yol açabilir.

Psikolojik Etkiler: Saldırgan davranışların hedefi olan oyuncular, özgüven kaybı, stres ve kaygı gibi psikolojik sorunlarla karşı karşıya kalabilir. Bu durum, oyuncuların performansını olumsuz etkileyerek uzun vadeli psikolojik travmalar bırakabilir.

2. Takım Performansı

Saldırgan davranışların bireysel etkileri, takım düzeyinde de ciddi sonuçlara yol açabilir:

Oyuncu Kaybı: Oyuncuların saldırgan davranışlar nedeniyle diskalifiye olması veya cezalı duruma düşmesi, takımın sahadaki düzenini bozabilir. Özellikle önemli maçlarda bu tür kayıplar, takımın yenilmesine neden olabilir.

Cezalar ve Disiplin Sorunları: Saldırıcılık nedeniyle alınan cezalar, takımın ceza sürelerinin artmasına ve oyun üstünlüğünü kaybetmesine yol açabilir. Ayrıca bu durum, takımın disiplinsiz bir imaj oluşturmaya neden olur.

Ekip Ruhu Üzerindeki Etkiler: Takım içindeki oyuncuların saldırgan davranışları, ekip ruhunu zayıflatır ve takım arkadaşları arasında güvensizlik yaratabilir.

3. Sporun İmajı

Şiddet ve saldırganlık, buz hokeyinin genel algısını hem taraftarlar hem de medya açısından olumsuz etkileyebilir:

Taraftar Tepkileri: Taraftarlar, şiddet olaylarını hoş karşılamaz ve bu durum tribünlerde huzursuzluk yaratabilir. Ayrıca, özellikle ailelerin çocuklarını şiddet içeren bir spora yönlendirmekten kaçınması, buz hokeyinin popüleritesini olumsuz etkileyebilir.

Medya Algısı: Şiddet içeren olaylar medyada geniş yer bulabilir ve buz hokeyinin genel olarak sert ve adil olmayan bir spor olduğu algısını oluşturabilir. Bu durum, buz hokeyinin sponsorluk ve reklam gelirlerinde azalmaya neden olabilir.

Genç Sporcular Üzerindeki Etkiler: Şiddet içeren olaylar, genç sporcular arasında olumsuz rol modeller oluşturabilir. Bu durum, spora yeni başlayanlar arasında saldırgan davranışların normalleşmesine neden olabilir.

4. Hukuki ve Disiplin Sonuçları

Yasal Yaptırımlar: Bazı şiddet olayları, spor kuralları dışında hukuki sonuçlar doğurabilir. Örneğin, rakip oyuncuya kasıtlı olarak zarar verme girişimleri, adli soruşturmalarla sonuçlanabilir.

Disiplin Süreçleri: Spor federasyonları ve kulüpler, saldırgan davranışlara karışan oyunculara yönelik disiplin cezaları uygulayabilir. Bu, oyuncunun kariyerini ve gelirini doğrudan etkiler.

5. Ekonomik Etkiler

Sponsor Kaybı: Şiddet olaylarının artması, sponsorluk anlaşmalarını riske atabilir. Markalar, genellikle etik değerlerle uyumlu sporlara yatırım yapmayı tercih eder.

Taraftar ve Gelir Azalması: Şiddet nedeniyle taraftarların spora olan ilgisinin azalması, bilet satışlarını ve maç günü gelirlerini olumsuz etkileyebilir.

Bu etkiler, saldırganlık ve şiddetin yalnızca bireysel oyuncuları değil, takımları, federasyonları ve buz hokeyinin genel algısını derinden etkilediğini göstermektedir. Bu nedenle, saldırganlık ve şiddeti önleme çalışmaları buz hokeyinin sürdürülebilirliği için kritik bir önem taşır (Hockey Canada, 2019).

Saldırğan Davranışların Önlenmesi ve Kontrolü

Buz hokeyinde saldırğan davranışların önlenmesi ve kontrolü, fair play'in sürdürülebilirliği ve sporun olumlu imajının korunması açısından kritik öneme sahiptir. Aşağıdaki stratejiler ve uygulamalar, bu tür davranışları azaltmada etkili olabilir:

1. Kurallar ve Cezalar

Disiplin Talimatları ve Uygulamaları: Türkiye Buz Hokeyi Federasyonu (TBHF), spor ahlakına ve disiplinine sahip, sağlıklı nesillerin yetişmesine yardımcı olmak ve buz hokeyi faaliyetlerinde disiplini sağlamak amacıyla Disiplin Talimatı oluşturmuştur. Bu talimat, disiplin suçunu oluşturan fiiller ile bu fiillere uygulanacak yaptırımları belirlemektedir.

Hakemlerin Rolü: Hakemler, oyun sırasında saldırğan davranışları tespit ederek uygun cezaları uygulamakla sorumludur. TBHF Merkez Hakem Kurulu Talimatı, hakemlerin görev ve sorumluluklarını düzenleyerek, müsabakalarda disiplinin sağlanmasına katkıda bulunur.

2. Eğitim ve Farkındalık

Integrity Programları: TBHF, buz hokeyini, oyuncularını, antrenörlerini, yetkililerini ve taraftarlarını her türlü hile veya suistimale karşı korumak ve sporda etiği güçlendirmek amacıyla "Integrity – Dürüstlük" programları oluşturmuştur. Bu programlar, dopinge mücadele, yarışma manipülasyonu, taciz ve istismar ile etik değerler konularında eğitim ve farkındalık sağlamaktadır. (Türkiye Buz Hokeyi Federasyonu TBHF, 2023)

Antrenör Eğitimleri: Antrenörlerin, oyuncularına etik değerleri aşılması ve fair play bilincini geliştirmesi için düzenli olarak eğitim seminerleri düzenlenmektedir. Bu eğitimler, genç yaşlardan itibaren sporcuların doğru değerlerle yetişmesini hedefler.

3. Duygusal Yönetim Teknikleri

Psikolojik Destek Programları: Oyuncuların öfke ve hayal kırıklıklarını yönetebilmeleri için psikolojik destek programları ve stres yönetimi teknikleri sunulmaktadır. Bu sayede, sporcuların duygusal kontrol becerileri geliştirilerek, saldırğan davranışların önüne geçilmesi amaçlanır.

4. Video Analiz ve Teknoloji Kullanımı

Maç Analizleri: Video analiz teknolojisi kullanılarak, maçlar detaylı bir şekilde incelenir ve saldırğan davranışlar tespit edilerek cezalandırılır. Bu uygulama, oyuncuların benzer davranışlardan kaçınmasını teşvik eder.

5. Antrenör ve Yönetici Rolü

Liderlik ve Örnek Olma: Antrenörler ve takım yöneticileri, saldırganlığa karşı sıfır tolerans politikası benimseyerek, oyuncularına etik değerlerin önemini vurgulamalıdır. Bu tutum, takım içinde olumlu bir kültür oluşturur ve fair play anlayışını pekiştirir.

Türkiye'den Örnek Uygulamalar

Türkiye Buz Hokeyi Federasyonu (TBHF) Integrity Programı: TBHF, buz hokeyini her türlü hile veya suistimale karşı korumak ve sporda etiği güçlendirmek amacıyla “Integrity – Dürüstlük” programını uygulamaktadır. Bu program kapsamında, dopinge mücadele, yarışma manipülasyonu, taciz ve istismar ile etik değerler konularında eğitimler ve bilgilendirmeler yapılmaktadır.

Disiplin Talimatı ve Uygulamaları: TBHF, spor ahlakına ve disiplinine sahip, sağlıklı nesillerin yetişmesine yardımcı olmak ve buz hokeyi faaliyetlerinde disiplini sağlamak amacıyla Disiplin Talimatı oluşturmuştur. Bu talimat, disiplin suçunu oluşturan fiiller ile bu fiillere uygulanacak yaptırımları belirlemektedir.

Antrenör Eğitim Seminerleri: TBHF, antrenörlerin gelişimini desteklemek ve fair play bilincini artırmak amacıyla düzenli olarak eğitim seminerleri düzenlemektedir. Bu seminerlerde, etik değerler, sporcu sağlığı ve saldırgan davranışların önlenmesi gibi konular ele alınmaktadır.

Dünyadan Örnek Uygulamalar

Buz hokeyinde saldırgan davranışların önlenmesi ve kontrolüne yönelik küresel düzeyde birçok uygulama hayata geçirilmiştir. Bazı dikkat çekici örnekler:

1. NHL (National Hockey League) – Disiplin ve Şeffaflık Politikası

NHL, şiddet içeren davranışları caydırmak için “Player Safety” (Oyuncu Güvenliği) birimini kurmuştur. Bu birim, her sezon boyunca oyuncuların şiddet içeren hareketlerini analiz eder ve buna göre cezalar uygular. NHL, cezaların neden uygulandığını ve hangi kriterlere dayandığını açıklayarak şeffaflık sağlar. Bu yaklaşım, oyuncuların ve taraftarların adalet algısını artırır (NHL Department of Player Safety, 2023).

Örnek: 2011 yılında NHL, kafa yaralanmalarını azaltmak amacıyla “Rule 48” adlı bir kural değişikliği yaparak kafa hedefli müdahaleleri yasaklamıştır (NHL, 2011).

2. IIHF (International Ice Hockey Federation) – Standart Cezalar

IIHF, uluslararası buz hokeyi turnuvalarında şiddet ve saldırgan davranışlarla ilgili katı disiplin politikaları uygular. IIHF. (2023)

Örneğin, kasti olarak rakibe zarar vermeye yönelik hareketlere oyun içi cezaların yanı sıra, oyun sonrasında da disiplin cezaları uygulanır.

Fair play’i teşvik etmek için IIHF, uluslararası turnuvalarda etik ve fair play ödülleri vermektedir. IIHF. (2020)

3. Kanada Buz Hokeyi Federasyonu – Gençler İçin Eğitim Programları

Kanada Buz Hokeyi Federasyonu (Hockey Canada), genç sporcular arasında fair play bilincini artırmak amacıyla “Respect in Sport” (Sporu Saygıyla Oyna) programını başlatmıştır (Hockey Canada. 2019).

Bu program, oyunculara, antrenörlere ve velilere yönelik kapsamlı bir etik eğitim modülü sunar.

Program, şiddet içeren davranışların zararları konusunda farkındalık yaratır ve saldırganlık yerine sportmenliği teşvik eder.

4. İsveç Buz Hokeyi Federasyonu – Zero Tolerance Policy

İsveç, buz hokeyinde saldırgan davranışlara karşı “Sıfır Tolerans” politikasını uygulamaktadır (Swedish Ice Hockey Association, 2020)

Özellikle gençlik liglerinde, oyuncuların, antrenörlerin ve hakemlerin saldırganlığa karşı duyarlı olması sağlanır.

Antrenörlere yönelik “Eğitimle Liderlik” programı, etik davranışların antrenörler tarafından sporculara aktarılmasını teşvik eder (Eriksson, L. (2019).

5. ABD – SafeSport Programı

ABD Olimpiyat ve Paralimpik Komitesi’nin SafeSport programı, buz hokeyi de dahil olmak üzere tüm sporlarda etik ve güvenliği artırmayı hedefler. U.S. Olympic & Paralympic Committee. (2022). Bu program, özellikle saldırgan davranışların ve taciz olaylarının önlenmesi için kapsamlı eğitim modülleri sunar. SafeSport, saldırganlık veya etik ihlalleri bildirmek için bir şikâyet mekanizması da oluşturmuştur (SafeSport, 2023).

6. Rusya – Saldırganlığa Karşı Cezai Düzenlemeler

Rusya Buz Hokeyi Federasyonu, özellikle üst düzey liglerde oyuncuların disiplinini sağlamak için katı cezai düzenlemeler uygulamaktadır.

Örneğin, kural dışı fiziksel temas nedeniyle diskalifiye edilen oyunculara hem para cezası hem de maç cezası verilmektedir (Russian Ice Hockey Federation, 2021).

7. Avrupa – Etik Kod Uygulamaları

Avrupa'daki birçok buz hokeyi ligi, etik kodlara uyum sağlanması için federasyonlar düzeyinde düzenlemeler yapmaktadır.

Örneğin, İsviçre Buz Hokeyi Federasyonu, fair play ve etik değerlerin uygulanmasını denetleyen bir etik komite kurmuştur. (Swiss Ice Hockey Federation, 2020).

8. Finlandiya – Psikolojik Eğitim Programları

Finlandiya Buz Hokeyi Federasyonu, genç oyuncular için saldırganlık kontrolüne yönelik psikolojik destek ve farkındalık programları uygulamaktadır.

Oyuncular, psikolojik dayanıklılık ve öfke yönetimi konularında eğitim alır. Bu uygulama, oyuncuların sahada daha dengeli bir performans sergilemesini sağlar. (Suomen Jääkiekkoliitto Finnish Ice Hockey Association, 2023).

Bu uygulamalar, buz hokeyinde saldırgan davranışları azaltmaya yönelik küresel çabaların birer örneğidir. Türkiye'nin de bu uygulamalardan ilham alarak mevcut sistemlerini geliştirme potansiyeli bulunmaktadır. Türkiye Buz Hokeyi Federasyonu'nun Integrity Programı gibi çalışmalar, bu yöndeki önemli bir adımdır.

SONUÇ

Buz hokeyinde etik ve fair play, sporun fiziksel ve rekabetçi doğasını dengelemede ve oyuncuların güvenliğini sağlamada vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Etik ilkeler ve fair play, yalnızca sporcuların değil, antrenörler, hakemler, taraftarlar ve yöneticilerin de sorumluluğunu içerir. Ancak bu değerlerin sürdürülebilmesi için saldırganlık ve şiddet gibi etik dışı davranışların önlenmesi gerekmektedir.

Buz hokeyinin doğasında var olan fiziksel temas, saldırganlık riskini artırsa da bu davranışların yönetilmesi için etkili stratejiler bulunmaktadır. Kuralların uygulanması, eğitim programları, psikolojik destek, teknoloji kullanımı ve liderlik, saldırganlık ve şiddeti azaltmada kilit rol oynamaktadır. Türkiye Buz Hokeyi Federasyonu'nun (TBHF) hayata geçirdiği Integrity Programı, disiplin talimatları ve eğitim çalışmaları, bu yönde önemli adımlardır. Dünya genelindeki örnek uygulamalar, bu çalışmaları geliştirmek için ilham kaynağı olabilir.

Etik ve fair play'in benimsenmesi, buz hokeyini sadece bir spor dalı olarak değil, aynı zamanda topluma olumlu değerler kazandıran bir araç olarak konumlandırır. Bu anlayış hem sporun sürdürülebilirliğini sağlamak hem de genç nesillere doğru rol modeller sunmak açısından kritik öneme sahiptir. Oyuncuların, yöneticilerin ve tüm paydaşların fair play bilinciyle hareket ettiği bir spor ortamı, buz hokeyinin ulusal ve uluslararası düzeyde itibarını artıracak ve sporun daha geniş kitleler tarafından benimsenmesini sağlayacaktır.

Bu bağlamda, buz hokeyinde etik ve fair play kültürünün daha da güçlendirilmesi için çalışmaların sürdürülmesi bir gereklilik değil, bir sorumluluktur. Hem Türkiye'de hem de dünya genelinde, buz hokeyinde saldırganlık ve şiddeti önlemeye yönelik alınan tedbirlerin artırılması, sporun daha adil, güvenli ve keyifli bir hale gelmesini sağlayacaktır.

Kaynakça

- Simon, R. L. (2010). *Fair play: The ethics of sport*. Westview Press.
- International Fair Play Committee. (2023). *Fair play for all*. IFPC Yayınları.
- Loland, S. (2002). *Fair play in sport: A moral norm system*. Routledge.
- Coulomb-Cabagno, G., & Rasclé, O. (2006). Team Sports Players' Observed Aggression as a Function of Gender, Competitive Level, and Sport Type. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(8), 1980–2000. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9029.2006.00090.x>
- Hockey Canada. (2019). Respect in sport program: Promoting fair play and reducing aggression. *Hockey Canada Official Resources*.
- Türkiye Buz Hokeyi Federasyonu (TBHF). (2023). *Integrity Programı*.
- Türkiye Buz Hokeyi Federasyonu (TBHF). (2020). *Disiplin Talimatı*.
- NHL. (2011). Rule 48: Illegal check to the head. *NHL Official Rules*
- NHL Department of Player Safety. (2023). *Player safety initiatives*.
- IIHF. (2023). Disciplinary rules and regulations. *IIHF Official Guidelines*.
- IIHF. (2020). Fair play awards. *IIHF Annual Report*.
- Swedish Ice Hockey Association. (2020). Zero tolerance policy for youth leagues. *SIHA Official Website*.
- Eriksson, L. (2019). Leadership in youth sports: Lessons from Swedish hockey. *European Journal of Sport Science*, 19(2), 150-160.
- U.S. Olympic & Paralympic Committee. (2022). SafeSport code for the U.S. Olympic and Paralympic movement.
- SafeSport. (2023). Preventing abuse and misconduct in sports. *SafeSport Official Website*.
- Russian Ice Hockey Federation. (2021). Disciplinary rules for professional leagues.
- Swiss Ice Hockey Federation. (2020). Ethics and compliance committee guidelines. *SIHF Official Resources*.
- Suomen Jääkiekkoliitto (Finnish Ice Hockey Association). (2023). *Samat säännöt: Jääkiekkoliitto, Lüga ja pelaajajyhdistys kannustavat käyttäytymään kentällä ja sen ulkopuolella*. Retrieved December 24, 2024, from <https://finhockey.fi>

Spor Endüstrisinde Yeşil Pazarlama

Gül Eda Burmaoğlu¹

Özet

Spor endüstrisinde yeşil pazarlama, çevresel endişelerin tüketici davranışlarını ve iş uygulamalarını şekillendirmeye devam etmesiyle giderek daha önemli hale gelmiştir. Bu çalışma, spor sektöründe yeşil pazarlama stratejilerinin uygulanmasını, ilkelerini, uygulama alanlarını, tekniklerini ve endüstrinin sürdürülebilirliğe olan artan bağlılığını gösteren vaka çalışmalarıyla incelemektedir. Yeşil pazarlama, sadece çevre dostu ürün ve hizmetlerin tanıtılmasını değil, aynı zamanda işletmelerin operasyonlarının tamamında sürdürülebilir uygulamaları benimsemelerini teşvik etmektedir. Çalışmada, Rio 2016 Olimpiyatları ve FIFA Dünya Kupası gibi büyük spor etkinliklerinde çevre dostu uygulamaların nasıl entegre edildiği ve Adidas ile Nike gibi önde gelen spor markalarının geri dönüştürülmüş malzemeler ve yeşil sertifikalar kullanarak ürün serilerini nasıl geliştirdiği ele alınmaktadır. Ayrıca, dijital pazarlama, sosyal medya kampanyaları ve yeşil etiketleme gibi araçların yeşil girişimleri tanıtmadaki rolü incelenmektedir. Güncel literatür ve vaka çalışmaları üzerinden yapılan bu inceleme, yeşil pazarlamanın spor endüstrisinde marka değeri ve itibarının oluşturulmasında önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Tüketici bilincinin çevresel konularda arttıkça, spor organizasyonlarının sürdürülebilirlik hedeflerini benimsemeleri ve yeşil pazarlamayı stratejik bir unsur olarak dahil etmeleri beklenmektedir. Çalışma, spor endüstrisinde yeşil pazarlamanın geleceği ve çevresel sorumluluğu daha geniş bir şekilde teşvik etme potansiyeli üzerine çıkarımlarda bulunmaktadır.

1. Giriş:

Spor endüstrisi, dünya çapında devasa bir sektördür. Küresel spor pazarının büyüklüğü 2023 yılında 500 milyar doları aşmıştır. Bununla birlikte, spor organizasyonlarının çevresel etkileri de giderek artmaktadır. Bir futbol maçı, büyük bir maraton etkinliği veya olimpiyat gibi organizasyonlar,

1 Atatürk Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Orcid-Id: 0000-0001-9109-5479, gboglu@atauni.edu.tr

ciddi ölçüde enerji tüketir, atık üretir ve karbonsal izler bırakır. Bu sebeple, çevre dostu uygulamalar ve yeşil pazarlama stratejileri, spor sektöründe giderek daha kritik bir rol oynamaktadır (Kurudirek,2021).

Vaka Çalışması:

2014 FIFA Dünya Kupası (Brezilya): FIFA, Brezilya’da düzenlenen 2014 Dünya Kupası’nda sürdürülebilirlik için çevre dostu bir strateji izledi. Örneğin, turnuvaya katılan stadyumların inşasında geri dönüştürülmüş malzemeler kullanıldı ve stadyumlar, enerji verimliliği yüksek sistemlerle donatıldı. Ayrıca, etkinlik boyunca atıkların geri dönüştürülmesi ve karbon emisyonlarının azaltılması hedeflendi. FIFA, bu tür uygulamalarla yeşil pazarlama stratejilerini etkin bir şekilde hayata geçirmiştir (Green,2020).

2. Yeşil Pazarlamanın Temelleri

Yeşil pazarlama, çevre dostu ürünlerin ve hizmetlerin pazarlanması ile sınırlı değildir; bunun yanı sıra, şirketlerin tüm operasyonlarını çevresel sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda şekillendirmelerini kapsar. Günümüzde tüketiciler, yalnızca ürünün çevre dostu olmasına değil, aynı zamanda bu ürünün üretildiği süreçlere, ambalajına ve markanın çevresel etik anlayışına da dikkat etmektedirler.

2.1. Yeşil Pazarlamanın Kapsamı

Yeşil pazarlamanın kapsamı yalnızca “yeşil” olarak etiketlenen ürünlerle sınırlı değildir. Tüketicilere çevre dostu bir yaklaşım sunduğunda, bir markanın tüm iş süreçleri, tedarik zinciri yönetimi, geri dönüşüm politikaları ve atık yönetimi gibi uygulamaları da önemli bir yer tutar. Bu yüzden yeşil pazarlama bir yaşam biçimi olarak şekillenir ve markalar bu anlayışla tutarlı bir şekilde hareket etmek zorundadır.

Vaka Çalışması:

Patagonia’nın Sürdürülebilirlik Stratejileri: Patagonia, çevre dostu malzemelerden üretilen spor giyim koleksiyonları ve geri dönüşümlü ürünlerle yeşil pazarlamayı etkin bir şekilde kullanmaktadır. Patagonia’nın “Don’t Buy This Jacket” (Bu Ceketini Satın Almayın) kampanyası, gereksiz tüketimi engellemeyi amaçlayan, markanın çevre dostu kimliğini pekiştiren önemli bir örnektir.

3. Spor Endüstrisinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları

Yeşil pazarlama, spor etkinliklerinde, ürünlerde ve organizasyonlarda farklı şekillerde uygulanmaktadır. Spor endüstrisinde büyük etkinlikler,

markalar ve kulüpler, çevre dostu uygulamaları benimseyerek toplumsal sorumluluklarını yerine getirmektedirler (Green,2020).

3.1. Spor Etkinliklerinde Yeşil Uygulamalar

Büyük spor etkinlikleri, çevresel etkileri nedeniyle eleştirilen organizasyonlardır. Ancak, son yıllarda bu etkinlikler, çevreye duyarlı uygulamalarla dikkat çekmektedir. Olimpiyatlar, Dünya Kupası gibi organizasyonlar, çevre dostu uygulamaları etkin bir şekilde kullanarak karbon ayak izlerini azaltmayı amaçlamaktadır (McCullough,2020).

Vaka Çalışması:

2016 Rio Olimpiyatları: Rio 2016 Olimpiyatları, çevre dostu stratejilerle düzenlendi. Olimpiyat köyü, sürdürülebilir malzemelerle inşa edildi, atıkların geri dönüştürülmesi sağlandı ve su tasarrufu sağlanması için teknolojiler kullanıldı. Etkinlik boyunca, misafirler çevre bilincine sahip davranışlar sergilemeye teşvik edildi.

3.2. Çevre Dostu Spor Ürünleri

Çevre dostu spor ürünleri, markaların pazarlama stratejilerinde önemli bir yer tutmaktadır. Adidas, Nike, Puma gibi spor markaları, ürünlerinde geri dönüştürülmüş malzemeler kullanarak yeşil pazarlama stratejilerini güçlendirmektedir. Bu tür ürünler, sadece çevre dostu olmakla kalmaz, aynı zamanda sürdürülebilir üretim süreçlerini yansıtarak tüketicinin ilgisini çeker.

Vaka Çalışması:

Nike's Flyleather Teknolojisi: Nike, Flyleather adını verdiği koleksiyonunda geri dönüştürülmüş deri kullanmaktadır. Flyleather teknolojisi, çevreye duyarlı bir malzeme kullanarak spor ayakkabıları üretmektedir. Bu ürünler, Nike'ın çevreye duyarlı marka imajını güçlendiren önemli bir örnektir.

4. Yeşil Pazarlama Teknikleri ve Araçları

Yeşil pazarlama stratejileri, markaların çevre dostu ürün ve hizmetlerini etkili bir şekilde tüketicilere sunmalarını sağlar. Bu stratejiler, dijital pazarlama, sosyal medya, yeşil etiketleme gibi araçları içerir (Jain,2014).

4.1. Yeşil Etiketleme ve Sertifikalar

Yeşil etiketleme ve sertifikalar, çevre dostu ürünlerin güvenilirliğini artıran önemli araçlardır. Örneğin, "Energy Star" ve "Fair Trade" gibi

sertifikalar, tüketicilere ürünlerin çevre dostu olduğunu ve sürdürülebilir üretim süreçlerinden geçtiğini garanti eder.

Vaka Çalışması:

The North Face – Sustainability Certifications: The North Face, çevre dostu ürünlerine çeşitli sertifikalar ekleyerek yeşil pazarlama stratejisini güçlendirmiştir. Bu sertifikalar, markanın çevreye duyarlı üretim süreçlerini ve ürünlerini tanıtmak için etkili bir araç olmuştur.

4.2. Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya

Dijital pazarlama, yeşil pazarlama stratejilerinin uygulanmasında etkili bir araçtır. Sosyal medya, markaların çevre dostu uygulamalarını tanıtmaları için güçlü bir platform sağlar. Instagram, Facebook, Twitter gibi platformlar üzerinden yürütülen kampanyalar, çevre bilincini artırmak adına etkin bir şekilde kullanılmaktadır.

Vaka Çalışması:

Adidas Parley Kampanyası: Adidas, Parley for the Oceans ile iş birliği yaparak deniz plastiklerinden yapılan spor ayakkabılarla çevre bilincini artırmayı hedeflemiştir. Sosyal medya kampanyalarıyla bu çevre dostu ürünler geniş bir kitleye tanıtılmıştır.

5. Güncel Literatür ve Araştırmalar

Yeşil pazarlama, spor endüstrisinde giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Çevresel sürdürülebilirlik ile ilgili yapılan araştırmalar, yeşil pazarlama stratejilerinin etkinliğini ve markaların bu stratejileri nasıl uyguladığını daha derinlemesine incelemektedir. Bu başlık altında, güncel literatür ve araştırmalara dayalı olarak yeşil pazarlama stratejilerinin spor endüstrisine nasıl entegre olduğu, çevresel sorumlulukların markalar üzerindeki etkisi ve tüketici davranışlarındaki değişiklikler analiz edilmektedir (Smith,2017).

5.1 Yeşil Pazarlamanın Etkinliği ve Spor Endüstrisindeki Yeri

Son yıllarda yapılan çalışmalar, yeşil pazarlamanın spor endüstrisindeki etkilerini ve spor markalarının çevresel sorumluluklarını nasıl yerine getirdiklerini kapsamlı bir şekilde ele almaktadır. McCullough ve Ruggiero (2020), yeşil pazarlamanın spor sektöründe etkin bir araç olarak kullanılmasını inceleyerek, markaların çevre dostu ürünlerini ve sürdürülebilirlik hedeflerini nasıl reklamlarla vurguladığını belirtmişlerdir. Çalışma, yeşil pazarlama uygulamalarının markaların itibarını artırmada

etkili olduğunu ve tüketicilerin çevresel sorumluluğa duyarlı ürünlere olan ilgisinin arttığını ortaya koymaktadır.

Örnek Çalışma: McCullough ve Ruggiero'nun çalışması, Nike ve Adidas gibi büyük markaların sürdürülebilirlik hedeflerine odaklandığını ve yeşil pazarlama stratejilerinin, markaların tüketici sadakatini ve toplumsal itibarını nasıl güçlendirdiğini incelemiştir. Bu araştırma, çevre dostu ürünlerin yalnızca çevreyi korumakla kalmadığını, aynı zamanda markaların pazarlama başarısını da olumlu etkilediğini vurgulamaktadır (Jago,2022).

5.2 Tüketici Davranışları ve Yeşil Pazarlamanın Rolü

Tüketici davranışları üzerine yapılan birçok araştırma, yeşil pazarlama uygulamalarının çevre dostu ürün ve hizmetlere olan talebi artırmak için ne kadar etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Tüketiciler, çevre dostu markaları ve ürünleri tercih etmeye yönelik daha bilinçli bir yaklaşım benimsemektedirler. Babiak ve Trendafilova (2011) çalışmasında, spor sektöründeki yeşil pazarlamanın, tüketici tercihlerini etkileyen temel faktörlerden biri haline geldiğini belirtmişlerdir. Bu araştırma, spor markalarının çevre dostu ürünlerle piyasada rekabet avantajı elde ettiğini ve çevresel sorumlulukların tüketici satın alma kararlarında belirleyici bir etken haline geldiğini göstermektedir.

Örnek Çalışma: Çalışmalar, çevre dostu ürünlerin tanıtımının ve yeşil pazarlama stratejilerinin, tüketicilerin spor markalarına olan bağlılıklarını artırdığına dair kanıtlar sunmaktadır. Örneğin, Adidas'ın Parley for the Oceans ile iş birliği yaparak deniz plastiklerinden yapılan spor ayakkabıları tanıtması, tüketicilerde çevre bilincini artırmış ve markaya olan ilgiyi pekiştirmiştir (Ottman,2011).

5.3 Yeşil Etiketleme ve Sertifikaların Rolü

Yeşil etiketleme ve çevre dostu sertifikalar, markaların çevresel sürdürülebilirlik taahhütlerini doğrulamak için yaygın olarak kullandığı tekniklerdir. Bu sertifikalar, tüketicilere bir ürünün çevre dostu olduğunu garanti eder. Polonsky ve Mintu-Wimsatt (2018) tarafından yapılan bir araştırma, yeşil etiketlerin tüketiciler üzerinde güçlü bir etki yarattığını ve markaların çevresel taahhütlerini iletme için etkili bir araç olarak kullanıldığını göstermektedir.

Örnek Çalışma: Nike'in, "Nike Air" serisinin çevre dostu versiyonlarını tanıtarak kullandığı "Recycled Materials" etiketlemesi, tüketiciler arasında çevreye duyarlı bir imaj oluşturmuştur. Bu tür etiketlemeler, markaların yeşil

pazarlama stratejilerinin etkinliğini artırmış ve çevre dostu ürünlerin talebini yükseltmiştir.

5.4 Dijital Pazarlama ve Sosyal Medyanın Yeşil Pazarlamadaki Rolü

Dijital pazarlama ve sosyal medya, yeşil pazarlama stratejilerinin tanıtımında önemli araçlar haline gelmiştir. Çevre dostu ürünlerin dijital platformlarda tanıtılması, markaların geniş kitlelere ulaşmasını sağlar. Choi ve Kim (2021) tarafından yapılan bir araştırma, dijital pazarlamanın ve sosyal medyanın, yeşil markaların görünürlüğünü artırmada ve çevre bilincini yaymada etkili araçlar olduğunu göstermektedir (Choi,2021).

Örnek Çalışma: Adidas'ın sosyal medya platformları üzerinden yürüttüğü "End Plastic Waste" kampanyası, çevre dostu ürünlerini tanıtmak için dijital pazarlamayı kullanma stratejisinin başarılı bir örneğidir. Kampanya, markanın çevre dostu kimliğini pekiştirmiş ve milyonlarca kişiye ulaşmıştır. Sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen bu tür kampanyalar, tüketici bilinçliliğini artıran önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır.

5.5 Spor Etkinliklerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları

Spor etkinlikleri, yeşil pazarlamanın en büyük uygulama alanlarından biridir. Birçok spor organizasyonu, etkinliklerinde çevre dostu uygulamaları entegre ederek, çevresel etkilerini azaltmayı hedeflemektedir. Rio 2016 Olimpiyatları, büyük spor etkinliklerinde yeşil pazarlamanın etkili bir şekilde nasıl uygulanabileceğine dair önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Örnek Çalışma: Rio 2016 Olimpiyatları, çevre dostu ulaşım çözümleri, atık yönetimi ve enerji verimliliği gibi uygulamalarla sürdürülebilir bir organizasyon sunmuştur. Bu etkinlik, büyük spor organizasyonlarında yeşil pazarlama stratejilerinin nasıl başarılı bir şekilde entegre edilebileceğini göstermektedir.

5.6 Yeşil Pazarlamanın Geleceği ve İleriye Dönük Araştırmalar

Yeşil pazarlamanın geleceği, çevresel sorumlulukların ve sürdürülebilirliğin markalar için giderek daha önemli hale gelmesiyle şekillenmektedir. Günümüzde çevre bilincinin artan önemi, yeşil pazarlama stratejilerinin daha da yaygınlaşmasını sağlamaktadır. Gelişen dijital pazarlama teknikleri, yeşil pazarlamanın etkisini daha da artıracaktır. Gelecekteki araştırmalar, yeşil pazarlama stratejilerinin markaların genel iş modellerine nasıl entegre edilebileceğini ve tüketici davranışları üzerindeki etkilerini inceleyecektir (Babiak,2011).

Örnek Çalışma: Birçok araştırma, gelecekte yeşil pazarlama stratejilerinin sadece çevre dostu ürünlerle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda tüm iş operasyonlarını kapsayan sürdürülebilir iş modellerine dönüşeceğini öngörmektedir. Bu, markaların uzun vadeli çevresel sorumlulukları benimsemesi ve geleceğe yönelik sürdürülebilir çözümler üretmeleri açısından önemli bir adımdır (Peattie, 2005).

6. Sonuç ve Gelecek Perspektifleri

Yeşil pazarlama, spor endüstrisinde giderek daha kritik bir strateji haline gelmektedir. Çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk, tüketiciler tarafından sadece takdir edilmekle kalmayıp, aynı zamanda markalar için bir rekabet avantajı yaratmaktadır. Bugün spor organizasyonları ve markalar, yeşil pazarlama stratejilerini benimseyerek hem çevreye duyarlı hem de sorumlu bir imaj inşa etmeye çalışmaktadırlar. Çevresel sorumluluk, yalnızca yeşil etiketli ürünlerin tanıtılması ile sınırlı kalmamakta, aynı zamanda operasyonel süreçlerin her aşamasında çevre dostu uygulamaların benimsenmesi gerekmektedir (Polonsky,2018).

6.1 Yeşil Pazarlamanın Etkileri ve Sektöre Katkıları

Spor endüstrisinde yeşil pazarlama, çevre dostu ürünlerin tanıtımı ve sürdürülebilir organizasyon stratejilerinin uygulanmasıyla markaların itibarını güçlendiren ve çevresel etkiyi azaltan önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır. Yeşil pazarlama uygulamaları, markaların yalnızca tüketici tercihlerini etkilemekle kalmaz, aynı zamanda sosyal sorumluluklarını yerine getirerek toplumsal değer yaratmalarına olanak sağlar (Babiak,2011).

Spor organizasyonları, büyük etkinliklerde çevre dostu uygulamalar benimseyerek, çevre üzerindeki olumsuz etkilerini minimize etmeyi hedeflemektedir. Olimpiyatlar ve FIFA Dünya Kupası gibi büyük spor organizasyonları, geri dönüşüm sistemleri, enerji verimliliği ve çevre dostu ulaşım seçenekleri gibi uygulamalarla yeşil pazarlamanın spor etkinliklerine nasıl entegre edilebileceğini başarılı bir şekilde göstermektedir. Bu tür büyük etkinliklerde yeşil pazarlamanın benimsenmesi, spor markalarının çevre sorumluluğuna olan bağlılıklarını daha geniş bir kitleye duyurmasına olanak sağlar (Jago,2022).

Örnek Çalışma: Rio 2016 Olimpiyatları, etkinlik sırasında enerji tüketimini azaltmak ve atıkları geri dönüştürmek amacıyla bir dizi çevre dostu uygulama başlatmıştır. Bu uygulamalar, organizasyonun sürdürülebilirliğe verdiği önemin bir göstergesi olup, olimpiyat oyunlarının

gelecekteki sürdürülebilir organizasyonlara nasıl örnek teşkil edebileceğini göstermektedir (Peattie, 2012).

6.2 Yeşil Pazarlamanın Geleceği: Dijitalleşme ve Teknolojik Yenilikler

Yeşil pazarlamanın geleceği, dijitalleşme ve teknolojik yeniliklerle şekillenmektedir. Dijital pazarlama araçları, markaların çevre dostu uygulamalarını daha geniş kitlelere duyurmasına olanak tanırken, tüketici davranışlarını etkileyen sosyal medya platformları çevresel sorumluluğu daha yaygın hale getirmektedir. Özellikle Instagram, Twitter ve TikTok gibi platformlar, çevre dostu ürünlerin ve sürdürülebilirlik girişimlerinin tanıtılması için önemli bir araç sağlamaktadır.

Bunlara ek olarak, yapay zeka ve veri analitiği gibi teknolojik yenilikler, markaların yeşil pazarlama stratejilerini daha verimli bir şekilde uygulamalarını sağlayacaktır. Verilerin toplanması ve analiz edilmesi, markaların sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşma yolunda daha etkili kararlar almasına yardımcı olabilir. Örneğin, markalar çevresel etkiyi ölçmek için daha hassas sistemler geliştirebilir ve bu verileri pazarlama stratejilerine entegre edebilir (Kotler,2018).

Örnek Çalışma: Adidas, geri dönüştürülmüş malzemelerden yapılan spor ayakkabıları ile sürdürülebilirlik konusunda önemli adımlar atmıştır. Bununla birlikte, dijital pazarlama ve sosyal medya kampanyaları, markanın çevre dostu ürünlerini daha geniş kitlelere tanıtmasını sağlamış ve tüketicilerin çevre bilincini artırmıştır. Teknolojik ilerlemeler, markaların daha verimli bir şekilde çevre dostu üretim süreçlerine geçmesini sağlayacak ve gelecekte daha inovatif yeşil pazarlama stratejilerinin geliştirilmesine olanak verecektir (Kurudirek, 2022).

6.3 Tüketici Bilinci ve Yeşil Pazarlama Stratejileri

Tüketici bilincinin artması, yeşil pazarlama stratejilerinin gelişimine olanak tanımaktadır. Tüketiciler, artık sadece ürünlerin kalitesine değil, aynı zamanda ürünlerin çevresel etkilerine de dikkat etmektedirler. Bu, markaların sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmalarını ve çevre dostu ürünler sunmalarını daha önemli hale getirmiştir. Yeşil pazarlama stratejileri, markaların çevresel sorumluluklarını vurgulamaları ve bu stratejilerle müşterilerine değer sunmaları açısından kritik bir rol oynamaktadır (Babiak,2011).

Tüketicilerin, çevre dostu ürünlere olan ilgisinin artması, markaların yeşil pazarlama stratejilerinde daha fazla yatırım yapmalarını teşvik etmektedir. Bu bağlamda, yeşil etiketleme, sertifikalar ve geri dönüşüm programları gibi uygulamalar, markaların çevreye duyarlı olduklarını gösterebilecek

önemli araçlar olarak öne çıkmaktadır. Ancak, markaların yalnızca çevre dostu ürünler sunarak değil, aynı zamanda çevreye duyarlı iş süreçlerini benimseyerek tüketicilerine değer sunmaları gerekmektedir.

Örnek Çalışma: Nike, “Move to Zero” girişimi ile karbon ayak izini sıfıra indirmeyi hedeflerken, tüketicilere çevre dostu ürünler sunmayı ve markanın çevreye duyarlı stratejilerini vurgulamayı amaçlamaktadır. Bu strateji, Nike’ın çevre dostu markasını pekiştiren bir örnektir ve tüketicilerin çevreye duyarlı markaları tercih etme eğilimlerinin arttığını gösterir (Choi,2021).

6.4 Spor Endüstrisinde Yeşil Pazarlamanın Sınırları ve Zorluklar

Yeşil pazarlamanın gelecekte daha da yaygınlaşması beklense de, spor endüstrisinde karşılaşılan bazı zorluklar ve engeller de bulunmaktadır. Bunlar arasında yüksek üretim maliyetleri, çevre dostu malzemelerin sınırlı erişilebilirliği ve markaların yeşil pazarlama stratejilerinin doğruluğunun sorgulanması yer almaktadır. Yeşil pazarlama uygulamaları, markaların sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmalarını sağlasa da, bu süreç bazen maliyet artışlarına ve lojistik zorluklara yol açabilir (Peattie, 2012).

Örnek Çalışma: Çevre dostu ürünlerin üretimi, genellikle geleneksel ürünlere göre daha pahalıdır. Bu, küçük ve orta ölçekli spor markalarının yeşil pazarlama stratejilerini benimsemesini zorlaştırabilir. Ancak, teknolojik yeniliklerin ve verimli üretim süreçlerinin gelişmesiyle, bu maliyetler zaman içinde azalabilir ve daha fazla marka yeşil pazarlama stratejilerini benimseyebilir (Green,2020).

6.5 Sonuçlar ve Gelecekteki Yönelimler

Yeşil pazarlama, spor endüstrisinde önemli bir strateji olmaya devam etmektedir ve gelecekte bu alandaki uygulamaların daha da çeşitlenmesi beklenmektedir. Tüketicilerin çevresel sorumluluğa duyduğu ilgi arttıkça, spor organizasyonları ve markalar çevre dostu ürünler ve sürdürülebilir organizasyon stratejileri sunma yolunda daha fazla yatırım yapacaklardır. Bu gelişmeler, spor endüstrisinde daha geniş bir çevre bilinci oluşturacak ve yeşil pazarlamanın etkinliğini daha da arttıracaktır.

Yeşil pazarlama stratejilerinin gelecekte dijitalleşme, teknolojik yenilikler ve gelişen tüketici bilinçliliği ile daha etkili hale gelmesi beklenmektedir. Ayrıca, markaların yalnızca çevre dostu ürünler sunmakla kalmayıp, tüm iş süreçlerinde sürdürülebilirlik ilkelerini benimsemeleri önem kazanacaktır. Bu süreç, markaların çevreye duyarlı stratejileri daha geniş bir ölçekle benimsemelerini ve çevre bilincinin toplum genelinde daha fazla yerleşmesini sağlayacaktır.

Kaynaklar:

- Babiak, K., & Trendafilova, S. (2011). "Sustainability in the sport industry: An analysis of organizational initiatives." *Sport Management Review*.
- Choi, Y., & Kim, H. (2021). "The impact of digital marketing on green brand equity in sports." *Journal of Sport Management*.
- Green, R., & Rainer, S. (2020). "Green marketing: Environmental marketing in the sport industry." *Sport Marketing Quarterly*.
- Jago, L., & Shaw, R. (2022). "Green marketing in sport events: A critical review." *International Journal of Sports Management*.
- Jain, S. K., & Kaur, G. (2014). "Green marketing: An attitudinal perspective." *International Journal of Business and Management*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- McCullough, B., & Ruggiero, P. (2020). "The impact of green marketing in sports." *Journal of Sports Marketing and Sponsorship*.
- Ottman, J. A. (2011). *The New Rules of Green Marketing*. Berrett-Koehler Publishers.
- Peattie, K. (2012). *Green Marketing*. Pearson Education.
- Peattie, K., & Crane, A. (2005). "Green marketing: Legend, myth, farce or prophesy?" *Qualitative Market Research: An International Journal*.
- Polonsky, M. J., & Mintu-Wimsatt, A. T. (2018). "Environmental marketing: Strategies, practice, theory, and research." *Business Strategy and the Environment*.
- Smith, A., & Westerbeek, H. (2017). "Sport and sustainable development: A global perspective." *Journal of Sport & Social Issues*.
- İrfan, K. M., & Alparslan, K. M. (2022). Burnout Status of U18 Women's National Ice Hockey Team Players in Turkey. *Education Quarterly Reviews*, 5(1).
- Kurudirek, M. İ., & Kurudirek, M. A. (2021). Measures and applications of the Turkish Ice Hockey Federation during the COVID-19 pandemic. *African Educational Research Journal*, 9(4), 956-962.

Olimpiyat Oyunlarında Kalabalık Yönetimi: Paris 2024 Örneği

Muharrem Alparslan Kurudirek¹

Özet

Olimpiyat Oyunları, yalnızca spor müsabakaları ve yarışmalarla değil, aynı zamanda ev sahibi şehirlerin altyapılarını, lojistik kapasitelerini ve güvenlik stratejilerini sınanan küresel çapta bir organizasyon olarak dikkat çeker. Bu bağlamda, kalabalık yönetimi, etkinliklerin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesinde hayati bir role sahiptir. Kalabalık yönetimi, geniş insan gruplarının güvenli ve düzenli hareketini sağlamaya yönelik planlama, risk analizi ve yönlendirme sistemlerini içerir. Ayrıca bireylerin psikolojik ve sosyal davranışlarını dikkate alarak topluluk hareketlerini optimize etmeyi amaçlar.

Olimpiyatlarda karşılaşılan başlıca zorluklar arasında ulaşım altyapısındaki aşırı yoğunluk, etkinlik alanlarında güvenlik sağlanması ve acil durumlara hızlı müdahale yer alır. Londra 2012 ve Rio 2016 gibi oyunlarda, bu sorunlara yönelik detaylı lojistik ve güvenlik planları devreye alınmıştır. Seyircilerin memnuniyetini artırmak amacıyla yaya yolları, bilgilendirme ekranları ve dijital çözümler kullanılmıştır. Tokyo 2020 Olimpiyatları ise pandemi koşullarına uygun sosyal mesafe yönlendirmeleri, dijital biletleme sistemleri ve yenilikçi kalabalık kontrol teknolojileriyle öne çıkmıştır.

Teknolojinin rolü, kalabalık yönetiminde büyük bir dönüşüm yaratmıştır. Gerçek zamanlı izleme sistemleri, mobil uygulamalar ve yapay zekâ destekli analizler, etkinliklerin güvenli ve verimli yönetimini kolaylaştırmaktadır. Paris 2024 Olimpiyatları, karbon nötr hedefler doğrultusunda yenilikçi ulaşım çözümleri, artırılmış gerçeklik destekli yönlendirme sistemleri ve yapay zekâ tabanlı güvenlik protokolleriyle örnek teşkil etmiştir.

Sonuç olarak, kalabalık yönetimi, Olimpiyat Oyunlarının yalnızca güvenliğini sağlamanın ötesine geçerek çevresel sürdürülebilirlik, lojistik verimlilik ve katılımcı deneyimi açısından belirleyici bir unsur olmuştur. Gelecekte, veri

1 Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü
<https://orcid.org/0000-0001-5549-6902>, akurudirek@atauni.edu.tr

odaklı teknolojiler ve akıllı şehir uygulamaları, bu alandaki standartları daha ileriye taşıyacaktır. Ayrıca, etkin planlama, çok paydaşlı iş birliği ve sürdürülebilir stratejiler, mega etkinliklerin toplumsal ve çevresel etkilerini olumlu yönde şekillendirecektir. Bu nedenle, kalabalık yönetimi yalnızca bir güvenlik tedbiri değil, aynı zamanda modern şehirleşme ve büyük ölçekli organizasyonların başarısı için vazgeçilmez bir stratejidir.

Giriş

Uluslararası Spor Organizasyonlarında geniş katılımcıları etkileme ve onları bilgilendirme yönteminin başarılı operasyonlarla icra edilmesi yönetim kavramının sportif sahadaki kapsamı ile ilişkilidir. Başka bir deyişle Kalabalık Yönetimi küreselleşen dünyada, teknolojik gelişimlere ayak uyduran spor organizasyonlarına katılan tüm katılımcılarda; din, dil ve ırk ayrımı gözetmeksizin uygun değer memnuniyeti sağlamak ile ilgilidir. Bu bağlamda kalabalık yönetimi küreselleşen sportif organizasyonların yeni bir entegrasyonuna karşılık gelmektedir (Kurudirek vd. 2017).

Olimpiyat Oyunları, sporun evrensel dilini kullanarak, milyarlarca izleyiciyi ekran başında ve milyonlarca katılımcıyı ev sahibi şehirlerde bir araya getiren dünyanın en büyük etkinliklerinden biridir. Olimpiyat Oyunları'nın sadece sporcuların mücadelelerini değil, aynı zamanda şehirlerin altyapısını, lojistik kapasitelerini ve güvenlik stratejilerini de sınava tabii tuttuğu bilinmektedir (Gold & Gold, 2016).

Bu bağlamda, kalabalık yönetimi, Olimpiyat Oyunları'nın başarısında kritik bir rol oynar. Etkinlik alanlarında, ulaşım noktalarında ve halka açık meydanlarda karşılaşılan zorluklar, seyircilerin neden olduğu yüksek yoğunluklar nedeniyle daha karmaşık hale gelir. Uygun planlama, teknolojinin kullanılması ve çoklu paydaş iş birliği olmaksızın bu tür bir organizasyonun güvenli ve etkin bir şekilde yönetilmesi mümkün değildir (Toohey & Taylor, 2008).

Bu bölüm, Olimpiyat Oyunlarında kalabalık yönetimi kavramını, bu alandaki stratejileri ve teknolojik yenilikleri inceleyecek; ayrıca Paris 2024 Olimpiyat Oyunları gibi çağdaş uygulamaları ele alacaktır. Bu çalışma, kalabalık yönetiminin güvenlik ve sürdürülebilirlik üzerindeki etkisini ortaya koymayı ve gelecekteki etkinlikler için öneriler sunmayı amaçlamaktadır.

Kalabalık Yönetimi Kavramı

Tanım ve Temel İlkeler

Kalabalık yönetimi, sadece geniş insan topluluklarının güvenli ve düzenli bir şekilde hareket etmesini sağlamayı değil, aynı zamanda bu süreçlerin

sosyal, psikolojik ve teknolojik unsurlarını göz önüne alarak çok yönlü bir şekilde optimize edilmesini amaçlar. Bu kavram, sadece fiziksel güvenliği değil, aynı zamanda kalabalığın psikolojik ve sosyal davranışlarını da içerir. İnsanların toplu halde buldukları durumlarda, bireysel davranışların topluluğun genel hareketine etkisi önemlidir. Özellikle mega etkinlikler, karmaşık hareket modellerini ve bu modellerin psikolojik etkilerini anlamayı gerektirir (Challenger vd., 2009). Kalabalık yönetimi, bireysel çıkış ve hareket isteklerini kolektif bir düzen içerisinde optimize etmeyi hedefler. Kalabalık yönetimi kavramı, modern toplumlarda sadece etkinlik organizasyonları için değil, aynı zamanda günlük hayatta da uygulanabilir çözümler sunar. Örneğin, toplu taşıma merkezleri, alışveriş merkezleri ve kamu binaları gibi alanlarda kalabalık kontrolü stratejileri, toplumsal düzeni ve güvenliği sağlamak için kullanılır.

Kalabalık Yönetiminde Temel Unsurlar

Kalabalık yönetimi günümüz dünyasında pek çok yerde ve zamanda ihtiyaç duyulabilecek bir kavram olmuştur. Kalabalık yönetimde benimsenen temel unsurlar aşağıdaki gibi sıralanabilir.

Risk Analizi: Kalabalığın hareket modellerini öngörmek ve potansiyel tehlikeleri azaltmak için detaylı analizler yapmaktır. Bu analizler, kalabalığın yoğunluk noktalarını ve olası kriz anlarını önceden belirlemek için istatistiksel ve simülasyon yöntemleri kapsar.

Yönlendirme Sistemleri: Kalabalığın düzenli bir şekilde hareket etmesini sağlamak için tabelalar, bariyerler ve dijital bilgilendirme sistemlerine yönlendirme sistemleri denir. Bu sistemler, insan davranışlarının öngörülebilirliğini artırır ve kriz durumlarında etkin tahliye süreçlerini destekler. Gelişmiş yönlendirme teknolojileri, yaya yolları ve toplu taşıma alanlarında kalabalığı akışkan bir şekilde yönetir.

Acil Durum Planlaması: Beklenmedik olaylara karşı önceden hazırlıklı olmak ve hızlı tahliye stratejileri oluşturmaktır. Bu kapsamda, kriz anında insanların panik yapmadan güvenli alanlara yönlendirilmesi hedeflenir. Acil durum planlaması, ekipman ve personel eğitimiyle desteklenir. Örneğin, Olimpiyat oyunları gibi etkinliklerde tahliye tatbikatları ve simülasyonlar, güvenliğin sağlanmasında kritik rol oynar.

Kalabalık yönetiminin bu temel unsurları, etkinliklerin güvenliğini sağlarken, katılımcı deneyimini ve lojistik verimliliği artırmayı da hedefler. Her unsur, detaylı analiz ve paydaş iş birliği ile uyumlu bir şekilde uygulanmalıdır. Her bir unsur, toplu alanlarda güvenliği artırmak ve insanların hareketlerini koordine etmek için birbirini tamamlar.

Kalabalık Yönetiminin Olimpiyatlardaki Kritik Rolü

Olimpiyat Oyunlarında Karşılaşılan Zorluklar

Olimpiyat Oyunları, ev sahibi şehirlerde olağanüstü bir insan hareketliliği yaratmaktadır. Bu durum, özellikle ulaşım altyapısında ve etkinlik alanlarında yoğunluk kaynaklı problemleri beraberinde getirir. Seyircilerin, sporcuların ve görevlilerin hareketlerini organize etmek, ev sahibi şehirler için hem lojistik hem de güvenlik açısından büyük bir sınav niteliği taşır. 2012 Londra Olimpiyatları sırasında toplu taşıma sistemlerinde yaşanan aşırı yoğunluk, bu tür potansiyel sorunların somut bir örneğidir (Coaffee & Fussey 2011). Aynı zamanda, şehrin günlük hayatında olumsuz etkiler yaratmamak için dikkatli bir planlama yapılması şarttır. Bu tür yoğunluklar, ulaşım altyapısında geçici düzenlemeler yapılmasını ve etkinlik alanlarında akışkan hareketin sağlanmasını gerektirir.

Güvenlik ve Lojistik Yönetimi

Kalabalık yönetimi, etkinlik alanlarında güvenliği sağlamak ve katılımcıların deneyimini optimize etmek için hayati bir öneme sahiptir. Özellikle, acil durumlara hızlı yanıt verebilecek güvenlik protokollerinin ve lojistik düzenlemelerin devrede olması şarttır. Tahliye planları hem seyircilerin hem de sporcuların güvenli bir şekilde hareket etmesini sağlamak amacıyla detaylı bir şekilde hazırlanmalıdır. Rio 2016 Olimpiyatları gibi etkinliklerde, acil durum simülasyonları ve önceden belirlenmiş tahliye yolları, etkinlik alanının güvenli bir şekilde yönetilmesine yardımcı olmuştur. Lojistik boyutunda ise sporcuların ve ekipmanların zamanında ilgili alanlara ulaştırılması, etkinliklerin planlanan zamanda ve düzenli bir şekilde gerçekleşmesini sağlar.

Seyirci Deneyimi

Kalabalık yönetimi, seyircilerin etkinliğini artırmak için tasarlanmış yaya yolları ve bekleme alanları gibi yapısal düzenlemeleri de kapsamaktadır. Bu düzenlemeler, seyircilerin hem güvenliğini hem de memnuniyetini sağlamaya yöneliktir. Bekleme alanlarında sunulan bilgilendirme ekranları, yiyecek-içecek olanakları ve olumsuz iklim şartlarını minimize eden alanlar, seyirci deneyimini olumlu yönde etkileyen faktörlerdir. Tokyo 2020 Olimpiyatları, bu anlamda inovatif uygulamalarıyla dikkat çekmiştir. Pandemi koşullarında gerçekleştirilen bu oyunlarda, sosyal mesafeyi korumaya yönelik özel yönlendirme sistemleri ve dijital biletleme gibi çözümler öne çıkmıştır. Bununla birlikte, toplu taşıma yoğunluğunu azaltmaya yönelik önlemler, seyircilerin etkinliğini desteklemektedir. Olimpiyatlarda sunulan bu

yenilikler, seyirci memnuniyetini artırırken, gelecekteki etkinliklere örnek oluşturmuştur.

Kalabalık yönetiminin Olimpiyat Oyunlarındaki bu kritik rolleri, etkinliklerin hem güvenli hem de keyifli bir deneyim sunmasını sağlamaktadır. Her bir unsur, organizasyonun bütünü içerisinde dengeli bir şekilde planlanmalı ve uygulanmalıdır.

Olimpiyat Oyunlarında Kalabalık Yönetimi Stratejileri

Planlama ve Simülasyon

Kalabalık yönetimi stratejilerinin temel taşlarından biri, etkinlik öncesinde kapsamlı planlama ve simülasyon yapmaktır. Simülasyonlar, kalabalık hareketlerini tahmin etmek ve yoğunluğun yönetilmesi için uygun çözümler geliştirmek amacıyla kullanılır. Bu süreçte, geçmiş verilerin analizi ve senaryo modellemeleri, farklı senaryolar için etkin planların oluşturulmasına olanak sağlar. Bu tür yaklaşımlar, özellikle Olimpiyat gibi mega etkinliklerde potansiyel sorunların önceden öngörülmesini mümkün kılar (Still, 2000). Planlama ve simülasyon aşamaları, şehir altyapısından etkinlik alanlarına kadar bütüncül bir yaklaşımla ele alınmalıdır.

Ulaşım ve Lojistik Yönetimi

Olimpiyat Oyunları gibi büyük ölçekli etkinliklerde ulaşım ve lojistik yönetimi, kalabalığın etkin bir şekilde taşınmasını ve güvenliğinin sağlanmasını hedefler. Toplu taşıma sistemleri, bu süreçte önemli bir rol oynar. Alternatif güzergahlar, park alanları ve shuttle servisleri gibi çözümler, yoğunluğun azaltılmasında etkili olabilir. Londra 2012 Olimpiyatları'nda aşırı seviyelere ulaşan kalabalığa rağmen uygulanan toplu ulaşım planlaması, bu alandaki başarılı örneklerden biridir (Coaffee & Fussey 2011). Bu planlamalar, toplu taşıma hatlarının yoğun saatlere göre yeniden düzenlenmesini ve bisiklet gibi alternatif ulaşım seçeneklerinin teşviki gibi yenilikçi yaklaşımları da içermektedir.

Güvenlik Önlemleri ve Acil Durum Planlaması

Kalabalık yönetiminin bir diğer kritik boyutu, güvenlik önlemlerinin alınması ve acil durum planlarının hazırlanmasıdır. Olası risklerin minimize edilmesi için detaylı güvenlik protokolleri oluşturulmalı ve etkinlik sırasında uygulanmalıdır. Acil durum tahliye planları, yangın, terör tehdidi veya doğal afet gibi durumlar için hazır olmalıdır. Tokyo 2020 Olimpiyatları, pandemi sürecindeki zorluklara rağmen bu konuda yenilikçi çözümler sunmuştur. Düzenli tahliye tatbikatları, görevli ekiplerin eğitimi ve dijital tahliye yolları rehberleri gibi uygulamalar, bu planlamanın başarılı bir parçası olmuştur.

Her bir unsurun düzenli bir şekilde planlanması ve entegrasyonu, kalabalık yönetiminin Olimpiyat Oyunlarında etkili bir şekilde uygulanmasını sağlar. Etkin planlama, lojistik yönetim ve güvenlik protokollerinin bir arada yürütülmesi, organizasyonun başarısının temel unsurlarından biridir.

Teknoloji ve Yenilikçi Çözümler

Gerçek Zamanlı İzleme ve Veri Kullanımı

Teknolojik gelişmeler, kalabalık yönetimi stratejilerinde önemli bir dönüşüm yaratmıştır. Gerçek zamanlı izleme sistemleri, kalabalık yoğunluğunu anlık olarak analiz etmek ve potansiyel riskleri önlemek için kullanılmaktadır. CCTV kameralar, sensörler ve dronlar, bu süreçte kritik rol oynar. Bu teknolojiler, kalabalığın sadece statik olarak değil, dinamik olarak da izlenmesine olanak tanır.

Gerçek zamanlı izleme sistemleri, sadece güvenlik için değil, aynı zamanda etkinliğin genel akışını optimize etmek için de kullanılır. Örneğin, yoğun bir alanda kalabalık dağılımını daha dengeli hale getirmek için veriler, organizasyon ekiplerine anında aktarılabilir. Bu sistemler ayrıca, seyirci hareketlerinin uzun vadeli analizlerini yaparak gelecekteki etkinlikler için çözümler geliştirilmesine yardımcı olur.

Mobil Uygulamalar ve Seyirci Deneyimi

Mobil uygulamalar, seyircilerin etkinlik alanlarında daha kolay hareket etmelerine ve yoğunluğu önlemek için alternatif rotalar belirlemelerine yardımcı olmaktadır. Bu uygulamalar, aynı zamanda etkinlik programları, ulaşım seçenekleri ve gerçek zamanlı kalabalık bilgileri gibi kritik bilgileri sunar.

Tokyo 2020 Olimpiyatları'nda bu uygulamalar, sosyal mesafe kurallarının korunması ve kalabalık noktalarının önlenmesi için aktif olarak kullanılmıştır. Bunun yanında, mobil uygulamalar, kullanıcı deneyimini artırmak için bireyselleştirilmiş rehberlik hizmetleri de sunmuştur. Etkinliklere katılan bireyler, uygulamalar sayesinde diledikleri etkinliğin program bilgilerine kolayca ulaşmış ve planlamalarını buna göre yapmıştır. Uygulamalara entegre edilen yönlendirme sistemleri, seyircilerin yoğun alanlardan kaçınması ve daha az yoğun alternatif alanlara yönlendirilmesi için etkin bir araç olarak hizmet vermiştir.

Gelecek Teknolojiler ve İnovasyonlar

Gelecek teknolojiler, kalabalık yönetiminde yeni fırsatlar sunmaktadır. Artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) teknolojileri, etkinlik

alanlarında yön bulma ve bilgilendirme süreçlerini desteklemek için kullanılabilir. AR teknolojisi sayesinde, seyirciler akıllı telefonları veya gözlük cihazları yardımıyla yönlendirme bilgilerine kolayca ulaşabilir. Bu teknolojiler, etkinlik alanlarındaki karmaşayı azaltarak hem deneyimi geliştirir hem de kalabalık akışını optimize eder.

Ayrıca, yapay zekâ destekli tahmin sistemleri, büyük veri analitiği ile birleştirilerek daha kesin ve etkili yönetim stratejileri geliştirilmesine yardımcı olabilir. Bu sistemler, etkinlik öncesinde olası yoğunluk alanlarını belirlemek, alternatif rotalar oluşturmak ve gerekli kaynakları tahsis etmek için kritik bilgiler sunar.

Paris 2024 Olimpiyatları, bu tür yenilikçi teknolojilerin kullanılması açısından büyük bir potansiyel taşımaktadır. Yapay zekâ ile desteklenen kalabalık tahliye planları, çok katmanlı güvenlik kontrolleri ve akıllı altyapılar, etkinliklerin daha güvenli ve verimli bir şekilde yönetilmesini sağlayacak çözümler olarak dikkat çekmektedir.

Sürdürülebilir Yaklaşımlar

Trafik ve Çevre Yönetimi

Olimpiyat Oyunları gibi büyük etkinlikler, genellikle yoğun trafik ve çevresel etkilere yol açar. Bu etkileri azaltmak için karbon ayak izini düşürmeye yönelik yenilikçi stratejiler geliştirilmiştir. Bisiklet yolları, yaya bölgeleri ve düşük emisyonlu toplu taşıma sistemleri, bu çabaların başında gelmektedir. Örneğin, Londra 2012 Olimpiyatları'nda uygulanan çevre dostu ulaşım politikaları, sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşılmasında önemli bir rol oynamıştır (Gold & Gold, 2016). Bu stratejiler, yalnızca trafik yükünü azaltmakla kalmayıp, şehir sakinleri için daha yaşanabilir bir çevre yaratmaya da katkı sağlamıştır. Araç kullanımını azaltan yaya odaklı düzenlemeler, uzun vadeli bir çevresel miras bırakmıştır. Ayrıca, elektrikli toplu taşıma sistemlerinin tanıtılması ve etkinlik alanlarında karbon salınımının azaltılması bu bağlamda kritik birer adımdır.

Enerji ve Kaynak Yönetimi

Sürdürülebilir enerji kullanımı, Olimpiyat Oyunları'nın çevresel etkisini azaltmak için temel bir yaklaşımdır. Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı, etkinlik alanlarının enerji ihtiyaçlarının karşılanmasında önemli bir rol oynar. Buna ek olarak, su tasarrufu ve etkin atık yönetimi stratejileri, çevreye olan etkilerin minimize edilmesinde etkili olmuştur.

Tokyo 2020 Olimpiyatları, bu alanda örnek teşkil eden uygulamalara sahiptir. Etkinlik alanlarında güneş enerjisi panellerinin kullanılması ve

enerji verimliliği yüksek yapıların inşa edilmesi, bu hedeflere ulaşılmasını sağlamıştır. Ayrıca, geri dönüşüm projeleri ve atıkların etkin bir şekilde ayrıştırılması, çevre dostu bir yaklaşımı pekiştirmiştir. Su tasarrufuna yönelik olarak, modern sulama sistemlerinin ve geri kazanılan suyun kullanılması da çarpıcı bir örnektir.

Toplum Katılımı ve Sosyal Etki

Olimpiyat Oyunları'nın sürdürülebilir başarısı, yerel toplulukların etkinliğe entegrasyonu ve uzun vadeli bir miras bırakılmasıyla doğrudan ilişkilidir. Yerel halkın organizasyona aktif katılımını sağlamak, ekonomik ve sosyal faydaların adil bir şekilde dağıtılmasını garanti eder.

Paris 2024 Olimpiyatları, toplum katılımını artırmaya yönelik yenilikçi projeler ve sosyal sorumluluk girişimleri ile dikkat çekmektedir. Gençlik projeleri, yerel işgücü istihdamı ve spor altyapılarının kalıcı hale getirilmesi, bu etkinliklerin topluma uzun vadeli fayda sağlamasına yönelik önemli adımlardır. Bunun yanında, yerel kültürlerin tanıtılması ve sosyal dayanışmanın teşviki de bu projelerin birer parçasıdır. Bu şekilde, Olimpiyat Oyunları'nın sadece spor etkinliği değil, aynı zamanda bir sosyal dönüşüm aracı olması hedeflenmektedir.

Paris 2024 Olimpiyatları: Yenilikçi Kalabalık Yönetimi Yaklaşımları

Planlama ve Simülasyon

Paris 2024 Olimpiyatları, kalabalık yönetiminde yenilikçi yaklaşımlar sunmayı hedeflemektedir. Bu kapsamda, gelişmiş simülasyon teknolojileri kullanılarak kalabalık hareketleri analiz edilmekte ve farklı senaryolar için etkili çözümler geliştirilmektedir. Bu simülasyonlar, yalnızca etkinlik alanlarındaki kalabalık yoğunluğunu optimize etmekle kalmaz, aynı zamanda ulaşım ve lojistik sistemlerini de entegre bir şekilde planlamaya yardımcı olur. Akıllı şehir altyapıları ile entegre edilen bu modeller hem etkinlik alanlarında hem de şehir genelinde yoğunluğu yönetmek için güçlü bir araç sunmaktadır.

Örneğin, Paris Belediyesi, şehir genelinde yoğunluk noktalarını önceden belirlemek ve alternatif rotaları optimize etmek amacıyla simülasyon teknolojilerine büyük yatırımlar yapmıştır. Ayrıca, bu simülasyonlar, acil durum senaryoları için hızlı tahliye planlarının geliştirilmesine de olanak sağlamaktadır. Bu şekilde hem katılımcıların hem de seyircilerin güvenliği artırılmakta, aynı zamanda etkinliklerin akıcılığı korunmaktadır.

Ulaşım ve Lojistik Yönetimi

Paris 2024, karbon nötr bir Olimpiyat hedefi doğrultusunda yenilikçi ulaşım çözümleri sunmaktadır. Elektrikli otobüsler, bisiklet paylaşım sistemleri ve yaya dostu güzergahlar, toplu taşımanın etkinliğini artırmayı amaçlamaktadır. Bunun yanı sıra, şehrin mevcut altyapısı, Olimpiyat sürecinde trafik yoğunluğunu azaltacak şekilde yeniden düzenlenmiştir.

Bu bağlamda, toplu taşıma sistemleri için yapılan iyileştirmeler dikkat çekmektedir. Örneğin, metro hatlarına yapılan ek seferler ve elektrikli otobüslerin devreye alınması, seyirci yoğunluğunu minimize etmeye yardımcı olmuştur. Ayrıca, bisiklet kiralama sistemlerinin genişletilmesi, Paris halkı ve ziyaretçiler için çevre dostu bir alternatif sunmaktadır. Şehir genelindeki yaya bölgelerinin artırılması da hem yerel halk hem de Olimpiyat katılımcıları için daha güvenli ve erişilebilir bir ortam yaratmaktadır.

Güvenlik Önlemleri ve Acil Durum Planlaması

Güvenlik, Paris 2024 Olimpiyatları için öncelikli bir konu olmuştur. İleri güvenlik teknolojileri, kalabalık alanlarda potansiyel tehditleri tespit etmek ve anında müdahale etmek için kullanılmaktadır. Bu teknolojiler arasında yapay zekâ destekli sistemler, dronlar ve gelişmiş izleme teknolojileri öne çıkmaktadır.

Paris 2024'te, gerçek zamanlı veri analizine dayalı güvenlik protokolleri devreye alınmıştır. Örneğin, yüksek çözünürlüklü kameralar ve sensörlerle donatılmış etkinlik alanları, potansiyel tehditlerin önceden tespit edilmesine olanak tanımaktadır. Ayrıca, çoklu paydaş iş birliği protokolleri sayesinde yerel yönetimler, polis teşkilatları ve özel güvenlik ekipleri arasında etkili bir koordinasyon sağlanmıştır.

Acil durum senaryoları için ise kapsamlı tahliye planları geliştirilmiştir. Simülasyon tabanlı eğitimler ve saha tatbikatları, ekiplerin kriz durumlarına hızlı bir şekilde yanıt verebilmesini sağlamaktadır. Bu önlemler, yalnızca güvenliği artırmakla kalmayıp, aynı zamanda katılımcılar ve seyirciler için güvenli bir deneyim sunmayı amaçlamaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Kalabalık Yönetiminin Geleceği

Kalabalık yönetimi, gelecekte daha da karmaşık hale gelen mega etkinliklerde kritik bir öneme sahip olacaktır. Paris 2024'te uygulanan yenilikçi çözümler, bu alanda geleceğe dair ipuçları sunmaktadır. Akıllı şehir teknolojilerinin etkin entegrasyonu, büyük etkinliklerin sadece güvenliğini

değil, aynı zamanda çevresel ve sosyal sürdürülebilirliğini de artıracaktır. Elektrikli otobüsler, bisiklet yolları ve yaya dostu güzergahlar gibi çözümler, çevresel etkilerin azaltılmasında büyük rol oynarken, seyirci memnuniyetini artırmaktadır. Daha gelişmiş simülasyon sistemleri ve yapay zekâ tabanlı analiz araçları, gelecekte daha kesin tahminler ve hızlı çözümler sunabilir.

Özellikle kalabalık yönetimde veri odaklı karar alma süreçlerinin benimsenmesi, gelecekteki Olimpiyat oyunları ve diğer mega etkinlikler için yeni standartlar belirleyecektir. Bu bağlamda hem yerel hem de uluslararası işbirliklerinin artırılması ve bilgi paylaşım ağlarının oluşturulması kritik bir önem taşımaktadır.

Olimpiyat Oyunlarına Yönelik Yeni Stratejiler

Olimpiyat Oyunları, her yeni dönemde daha yenilikçi ve sürdürülebilir yaklaşımlar benimsemek zorundadır. Paris 2024 örneği, bu tür stratejilerin başarılı bir şekilde uygulanabileceğini göstermektedir. Karbon nötr hedeflerin gerçekleştirilmesi, çevresel etkilerin minimize edilmesinde önemli bir adım olmuştur.

Bunun yanı sıra, Olimpiyat oyunlarının düzenlendiği şehirlerde uzun vadeli bir sosyal ve ekonomik etki bırakması hedeflenmelidir. Yerel halkın aktif katılımını teşvik eden programlar, ekonomik faydaların adil bir şekilde dağıtılmasını sağlayabilir. Ayrıca, etkinlik sonrasında kullanılacak altyapıların sürdürülebilir şekilde tasarlanması, şehirlerin yaşam kalitesini artıracak bir miras bırakabilir.

Olimpiyat oyunlarına yönelik stratejiler, sadece mevcut teknolojilerin kullanılmasıyla sınırlı kalmamalı, aynı zamanda yeni teknolojilerin geliştirilmesini de teşvik etmelidir. Bu kapsamda, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gibi teknolojilerin seyirci deneyimini geliştirmede nasıl bir rol oynayabileceği araştırılmalıdır. Olimpiyat oyunlarının başarısı hem sporcular hem de seyirciler için unutulmaz bir deneyim sunulmasıyla ölçülecektir.

Kaynakça

- Challenger, R., Clegg, C. W., Robinson, M. A., & Leigh, M. (2009). Understanding crowd behaviours: Supporting evidence. *Understanding Crowd Behaviours* (Crown, 2009), 1-326.
- Coaffee, J., & Fussey, P. (2011). Resilient planning for sporting mega-events: designing and managing safe and secure urban places for London 2012 and beyond. *Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 3(2), 165-177.
- Gold, J., & Gold, M. M. (Eds.). (2024). *Olympic Cities: City Agendas, Planning, and the World's Games, 1896–2032*. Taylor & Francis.
- Kurudirek, M. İ., Katkat, D., Kurudirek, M. A., Gezer, E., & Gezer, H. (2017). Spor Organizasyonlarında Kalabalık Yönetimi: 17. Akdeniz Oyunları Örneği. *TURAN: Stratejik Arastirmalar Merkezi*, 9(35), 360.
- Still, G. K. (2000). *Crowd dynamics*. PhD Thesis, University of Warwick.
- Toohy, K., & Taylor, T. (2008). Mega events, fear, and risk: Terrorism at the Olympic Games. *Journal of Sport Management*, 22(4), 451-469.

Herkes İçin Spor: Toplumda Hareketlilik ve Aktif Yaşamı Teşvik Etmek

Muhammet İrfan Kurudirek¹

Özet

Bu çalışma, “Herkes İçin Spor” anlayışı çerçevesinde toplumda hareketlilik ve aktif yaşamı teşvik etmeye yönelik stratejileri, politikaları ve uygulamaları ele almaktadır. Çalışmada, bireylerin yaş, cinsiyet, fiziksel yetenek, ekonomik durum veya sosyal statü ayrımı gözetmeksizin spora katılımını sağlayan yaklaşımlar hem bireysel hem de toplumsal düzeyde sunduğu faydalar açısından incelenmiştir.

Herkes için sporun bireyler üzerinde fiziksel ve psikolojik sağlık, sosyal uyum, öz güven ve yaşam kalitesini artırma gibi etkileri olduğu, toplum düzeyinde ise sosyal dayanışmayı güçlendirdiği, eşitlik ve kapsayıcılığı desteklediği vurgulanmıştır. Ayrıca, düzenli sporun kronik hastalıkları önlemedeki etkisi ve toplum genelinde sağlık harcamalarını azaltma potansiyeli detaylandırılmıştır.

Hareketliliği artırmaya yönelik stratejiler arasında spor parkları, bisiklet yolları, yürüyüş parkurları gibi erişilebilir altyapı yatırımları, topluma yönelik etkinlikler ve dezavantajlı gruplara hitap eden programlar yer almıştır. Kadınlar, yaşlılar, engelliler, mülteciler ve düşük gelirli gruplar gibi kesimlere yönelik spor katılımını artıran uygulamalar analiz edilerek erişilebilirliğin toplumsal etkileri tartışılmıştır.

Teknolojinin spor ve aktif yaşam üzerindeki rolü, dijital fitness uygulamaları, giyilebilir cihazlar, online topluluklar ve veri odaklı yaklaşımların bireysel spor hedeflerine ulaşmadaki katkılarıyla ele alınmıştır. Teknolojik araçların spor alışkanlıklarını teşvik etme ve toplumda hareketliliği artırmadaki etkisi değerlendirilmiştir.

Ulusal ve uluslararası politikalar bağlamında, Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO) fiziksel aktivite kılavuzları, Türkiye'de Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın Herkes İçin Spor Federasyonu (HİS) öncülüğündeki uygulamaları ve

1 Artvin Çoruh Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü
<https://orcid.org/0000-0001-7902-8978>, irfankurudirek@artvin.edu.tr

Kanada, İsveç, Finlandiya gibi ülkelerdeki başarılı programlardan çıkarılan dersler incelenmiştir.

Son olarak, sürdürülebilir aktif yaşam için sporun geleceği tartışılmış; çevresel sürdürülebilirlik, döngüsel ekonomi ve geri dönüşüm uygulamaları ile geleceğin şehirlerinde spor kültürünün yerleşik hale getirilmesi üzerine öneriler sunulmuştur. Sporun bireyler ve gezegen üzerindeki olumlu etkileri çerçevesinde, spor kültürünün sürdürülebilir kalkınma hedeflerine katkı sağlayan bir dönüşüm aracı olduğu sonucuna varılmıştır.

GİRİŞ

Herkes İçin Spor Kavramı ve Önemi

Herkes İçin Sporun Tanımı

Herkes için spor, bireylerin yaş, cinsiyet, fiziksel yetenek, ekonomik durum veya sosyal statü fark etmeksizin spor yapmalarına olanak tanıyan bir yaklaşımdır. Bu kavram, sadece elit veya rekabetçi sporu değil, günlük yaşamda hareketliliği artırmayı ve sporu geniş kitleler için erişilebilir hale getirmeyi amaçlar.

Herkes için spor; bireysel fiziksel gelişimin yanı sıra, toplum içinde sağlık, sosyal uyum ve mutluluğu artırmayı hedefleyen spor faaliyetlerini içerir. Bu yaklaşım, yalnızca fiziksel aktivitelerle sınırlı kalmaz, aynı zamanda zihinsel ve sosyal refahı artırmayı amaçlar. (Sport for Development and Peace International Working Group, 2008).

Bireysel ve Toplumsal Faydaları

Herkes için sporun bireyler ve toplum üzerindeki etkileri çok yönlüdür (Warburton, D. E., & Bredin, S. S., 2017), (Bailey, 2013):

Bireysel Faydalar:

Fiziksel Sağlık: Spor, kardiyovasküler sağlığı geliştirir, obeziteyi önler, kas-iskelet sistemini güçlendirir ve bağışıklık sistemini destekler.

Psikolojik Sağlık: Düzenli spor, stresin azalmasına, depresyon ve anksiyete semptomlarının hafiflemesine katkıda bulunur. Spor, bireylerde öz güveni artırır ve pozitif bir ruh hali yaratır.

Kişisel Gelişim: Spor, disiplin, sabır, hedef belirleme ve problem çözme becerilerini geliştirir.

Toplumsal Faydalar:

Sağlıklı Toplum: Spor, bireylerin daha sağlıklı bir yaşam tarzı benimsemesini teşvik eder, toplum genelinde sağlık harcamalarını azaltır.

Toplumsal Dayanışma: Spor etkinlikleri, bireyler arasında sosyal bağları güçlendirir, farklı yaş gruplarını ve toplumsal kesimleri bir araya getirir.

Eşitlik ve Kapsayıcılık: Herkes için spor, toplumsal ayrımcılığı azaltır, engelliler, kadınlar ve dezavantajlı gruplar için fırsatlar yaratır.

Sporun Toplumda Sosyal Eşitlik ve Dayanışmayı Güçlendirme Rolü

Herkes için spor, sosyal eşitliği ve dayanışmayı güçlendirmek için bir araç olarak kullanılabilir (Coalter, 2007):

Eşitlik ve Katılım: Spor, toplumdaki dezavantajlı grupların sosyal hayata daha fazla katılmasını sağlar. Örneğin, engelliler için düzenlenen spor faaliyetleri, bireylerin topluma dahil olmalarına olanak tanır. Kadınların spora katılımı ise toplumsal cinsiyet eşitliğinin desteklenmesine katkı sağlar.

Toplumda Birlik ve Dayanışma: Spor, farklı sosyal grupları bir araya getirerek ortak bir amaç etrafında birlik duygusunu güçlendirir. Spor etkinlikleri, toplum içinde kültürel ve sosyal bariyerlerin yıkılmasına yardımcı olur.

Sosyal Sorunların Azaltılması: Sporun yaygınlaştırılması, genç bireylerin boş zamanlarını daha verimli geçirmelerini sağlayarak, suça eğilim ve kötü alışkanlıkların önlenmesine katkıda bulunur.

Kültürel Etkileşim ve Barış: Uluslararası spor etkinlikleri, farklı ülkelerden ve kültürlerden bireyleri bir araya getirerek barış ve kültürel alışverişi teşvik eder. United Nations. (2003)

Herkes için spor, bireysel gelişimi desteklemekle kalmayıp, toplum içinde sosyal uyum, dayanışma ve eşitliği güçlendiren bir yapı taşı oluşturur. Bu nedenle, sporun yaygınlaştırılması ve daha geniş kitlelere ulaştırılması için politikalar ve altyapılar geliştirilmesi büyük önem taşır. Bu kavram, sadece fiziksel bir aktivite değil, aynı zamanda toplumsal bir dönüşüm aracı olarak görülmelidir.

2. Hareketlilik ve Aktif Yaşamın Sağlık Üzerine Etkileri

Fiziksel Sağlığın İyileştirilmesi

Hareketlilik ve aktif yaşam, bireylerin fiziksel sağlığını iyileştirmek için en etkili yöntemlerden biridir. Düzenli fiziksel aktiviteler, birçok sağlık göstergesini olumlu yönde etkiler.

Kardiyovasküler Sağlık: Spor, kalp kaslarını güçlendirir, kan dolaşımını düzenler ve kan basıncını kontrol altında tutar. Düzenli fiziksel aktivite, kalp krizi ve inme riskini azaltır.

Kilo Kontrolü: Spor, enerji harcamasını artırarak kilo kontrolüne yardımcı olur. Aynı zamanda metabolizmayı hızlandırarak obezite riskini düşürür.

Kas ve Kemik Sağlığı: Spor, kas-iskelet sistemi üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Özellikle direnç antrenmanları, kas kütlesini artırır ve kemik yoğunluğunu koruyarak osteoporoz riskini azaltır.

Bağışıklık Sistemi Desteği: Fiziksel aktivite, bağışıklık hücrelerinin dolaşımını artırarak enfeksiyon riskini düşürür ve genel sağlık durumunu iyileştirir.

Psikolojik Faydalar ve Stres Yönetimi

Aktif yaşamın psikolojik sağlığa katkıları bilimsel olarak kanıtlanmıştır. Spor, zihinsel sağlığı iyileştirerek bireylerin yaşam kalitesini artırır:

Stres ve Kaygı Yönetimi: Spor, stres hormonlarını (kortizol gibi) azaltır ve mutluluk hormonu olarak bilinen endorfin salgılanmasını artırır. Bu, bireylerin kendilerini daha mutlu ve rahat hissetmelerine yardımcı olur.

Depresyonun Önlenmesi: Fiziksel aktivite, depresyon semptomlarını hafifletir ve bireylerin ruh halini iyileştirir. Spor, zihinsel dayanıklılığı artırır ve olumsuz düşüncelerle başa çıkmayı kolaylaştırır.

Uyku Kalitesinin Artması: Aktif yaşam, bireylerin uyku düzenini iyileştirir. Düzenli fiziksel aktivite, daha hızlı uykuya dalmayı ve derin uykuyu destekler.

Bilişsel Fonksiyonların Gelişimi: Spor, beyin fonksiyonlarını olumlu yönde etkiler. Özellikle aerobik egzersizler, öğrenme, hafıza ve dikkat süreçlerini destekler.

Kronik Hastalıkların Önlenmesinde Sporun Rolü

Düzenli fiziksel aktivite, kronik hastalıkların önlenmesi ve yönetilmesinde önemli bir role sahiptir:

Diyabet: Aktif yaşam, insülin duyarlılığını artırarak tip 2 diyabet riskini azaltır. Spor, kan şekeri seviyelerini kontrol altında tutmaya yardımcı olur.

Kanser Riskinin Azalması: Fiziksel aktivite, özellikle kolon, meme ve prostat kanseri riskini azaltmada etkili bir yöntemdir. Düzenli spor, hücre yenilenme süreçlerini destekler.

Hipertansiyon: Spor, kan basıncını düzenler ve hipertansiyon gelişme riskini azaltır. Ayrıca, düzenli egzersiz hipertansiyonu olan bireylerin durumlarını yönetmelerine yardımcı olur.

Osteoporoz: Ağırılık kaldırma ve direnç egzersizleri, kemik yoğunluğunu koruyarak osteoporoz riskini düşürür.

Obezite ve Metabolik Sendrom: Fiziksel aktivite, obeziteyle bağlantılı komplikasyonları önler ve metabolik sendromu kontrol altına alır.

Hareketlilik ve aktif yaşam hem fiziksel hem de zihinsel sağlığın korunmasında ve geliştirilmesinde kritik bir role sahiptir. Düzenli spor yapmak, bireylerin yaşam kalitesini artırmakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal sağlık göstergelerini de iyileştirir. Kronik hastalıkların önlenmesi, bireylerin sağlık sistemine olan bağımlılığını azaltırken, ekonomik açıdan da önemli faydalar sağlar. Bu nedenle, aktif yaşamın teşvik edilmesi ve hareketliliği artırmaya yönelik politikalar, toplum sağlığını iyileştirmek için güçlü bir araçtır.

3. Toplumda Hareketliliği Artırmak için Stratejiler

Herkes için spor anlayışını yaygınlaştırmak ve toplumda hareketliliği artırmak için stratejik planlamalar ve uygulamalar gereklidir. Bu stratejiler, fiziksel altyapıdan sosyal programlara kadar geniş bir yelpazede ele alınabilir (Warburton, D. E., & Bredin, S. S., 2017).

Spor Parkları ve Açık Hava Spor Alanlarının Tasarımı

Erişilebilir Alanlar: Spor parklarının ve açık hava spor alanlarının tasarımında, tüm yaş gruplarına ve yetenek seviyelerine hitap edecek şekilde düzenlemeler yapılmalıdır. Yeşil alanlarla entegre edilmiş yürüyüş ve koşu yolları, spor ekipmanları, bisiklet parkurları ve açık hava fitness alanları toplumun hareketliliğini teşvik eder. World Health Organization. (2018)

Kapsayıcılık ve Erişim Kolaylığı: Bu alanların herkes için erişilebilir olması kritik öneme sahiptir. Özellikle dezavantajlı bölgelerde bu tür tesislerin yaygınlaştırılması, toplumsal eşitlik açısından büyük fayda sağlar (Sallis, J., 2012)

Toplum Etkinlikleri: Açık hava spor alanlarında düzenlenen toplu yoga, aerobik, yürüyüş veya koşu etkinlikleri, bireylerin düzenli spor alışkanlıklarını geliştirmesine yardımcı olabilir. (Cervero, R., 1997)

Akıllı Teknoloji Entegrasyonu: Dijital spor uygulamalarıyla bağlantılı akıllı egzersiz ekipmanlarının kullanımı, bireylerin performanslarını takip etmelerini ve hedefler belirlemelerini destekler.

Kentsel Hareketlilik ve Spor Altyapısının Geliştirilmesi

Bisiklet Yolları ve Yaya Dostu Alanlar: Şehirlerde bisiklet yollarının artırılması, toplu taşıma ile entegre edilecek şekilde tasarlanması ve yaya

dostu alanların oluşturulması, bireylerin günlük aktivitelerine hareket katmasını sağlar.

Kentsel Spor Merkezleri: Şehirlerin merkezlerinde, toplu taşıma ile kolay ulaşılabilir spor tesisleri ve merkezleri inşa edilmesi, toplumun spora katılımını artırır.

İş Yerlerinde Spor Alanları: Şirketlerin bünyesinde spor salonları veya egzersiz alanları bulundurması, çalışanların hareketliliğini artırır. Bunun yanı sıra, işe bisikletle gidip gelme alışkanlığını teşvik edecek düzenlemeler yapılabilir.

Toplum Katılımı ile Planlama: Altyapı geliştirilirken toplumun ihtiyaç ve beklentilerinin dikkate alınması, projelerin başarısını artırır. Örneğin, mahalle halkıyla birlikte açık hava spor alanlarının tasarlanması, kullanım oranlarını yükseltebilir (Frank, L., 2005)

Çocuklar, Yaşlılar ve Engelliler İçin Spor Programları

Çocuklar için Spor Programları: Okullarda spor eğitiminin yaygınlaştırılması, çocukların erken yaşta sporla tanışmasını sağlar. Oyun temelli programlar, çocukların fiziksel aktiviteleri eğlenceli bir şekilde öğrenmelerine olanak tanır. Spor kulüplerinde çocuklara özel programlar, sağlıklı bir yaşam tarzı geliştirmelerine katkıda bulunur (Bailey, R., 2013)

Yaşlılar için Hareketlilik Programları: Yaşlı bireylerin fiziksel aktivitelerini desteklemek için düşük yoğunluklu egzersiz programları (örneğin, yoga, pilates, su jimnastiği) düzenlenmelidir. Parklarda ve spor merkezlerinde yaşlılar için özel alanlar tasarlanmalı, bu gruba uygun egzersiz ekipmanları sağlanmalıdır (World Health Organization, 2018)

Engelliler için Spor ve Hareketlilik: Tüm bireylerin erişimine açık, engelli dostu spor alanlarının tasarımı büyük önem taşır. Rampalar, asansörler ve uygun ekipmanlar gibi altyapı düzenlemeleri engelli bireylerin spora katılımını kolaylaştırır. Paralimpik oyunlar gibi organizasyonlar, engelli bireylerin spora katılımını teşvik eder ve toplumda farkındalık yaratır. Spor antrenörleri ve eğitimcilerin, engelli bireylerle çalışmaya yönelik eğitim alması sağlanmalıdır (International Paralympic Committee, 2019)

Toplumda hareketliliği artırmak için spor altyapısının geliştirilmesi, her yaş grubuna uygun programların düzenlenmesi ve şehirlerin daha aktif yaşam dostu hale getirilmesi gereklidir. Bu stratejiler, yalnızca bireylerin fiziksel sağlıklarını değil, aynı zamanda toplumsal dayanışmayı ve sosyal eşitliği de güçlendirecektir. Uzun vadeli planlamalar ve yerel yönetimlerin desteğiyle, toplum genelinde hareketlilik kültürü yaygınlaştırılabilir.

4. Sporda Erişilebilirlik ve Katılımın Artırılması

Sporda erişilebilirlik ve katılımın artırılması, toplumun her kesimine eşit fırsatlar sunarak sağlıklı ve adil bir spor kültürü oluşturmayı hedefler. Dezavantajlı gruplar, kadınlar ve ekonomik engellerle karşılaşan bireyler için spora katılımı kolaylaştıracak politikalar ve uygulamalar kritik önem taşır.

Dezavantajlı Grupların Spora Katılımını Teşvik Etmek

Engelli Bireyler: Engelli bireylerin spora katılımını artırmak için erişilebilir tesisler ve ekipmanlar sağlanmalıdır. Spor sahaları, rampalar, asansörler ve engelli dostu spor ekipmanları ile donatılmalıdır. Paralimpik Oyunlar ve özel spor etkinlikleri, engelli bireylerin spora katılımını teşvik eden güçlü araçlardır. Engelli bireylerle çalışacak eğitmenlerin özel eğitim alması sağlanmalı ve engelli bireylere yönelik spor programları yaygınlaştırılmalıdır (Paralympic Committee, 2019)

Mülteciler ve Göçmenler: Spor, mülteciler ve göçmenler için sosyal uyumu teşvik eden güçlü bir araçtır. Spor programları, bu grupların toplumla entegrasyonunu desteklemek ve izolasyonu azaltmak için düzenlenmelidir. Yerel spor kulüpleri, mültecilerin ve göçmenlerin ücretsiz veya düşük maliyetle katılabileceği etkinlikler düzenleyebilir (United Nations, 2003).

Yaşlılar: Yaşlı bireylerin fiziksel aktivitelere erişimini artırmak için düşük yoğunluklu egzersiz programları düzenlenmelidir. Özellikle yürüyüş grupları, su jimnastiği ve yoga gibi aktiviteler yaşlı bireyler için uygundur. Yaşlılar için özel olarak tasarlanmış spor alanları ve ekipmanlar kullanılmalıdır (Sport England, 2018).

Ekonomik ve Sosyal Engellerin Aşılması

Düşük Gelirli Gruplar: Sporun maliyetini azaltacak politikalar oluşturulmalıdır. Örneğin, spor tesislerine ücretsiz giriş, spor ekipmanlarının temini veya sponsor desteği sağlanabilir. Belediyeler ve spor federasyonları, düşük gelirli bölgelerde ücretsiz spor programları düzenleyerek bu grupların katılımını artırabilir.

Spor Malzemelerine Erişim: Düşük gelirli bireylerin spor malzemelerine erişimini kolaylaştırmak için bağış kampanyaları ve topluluk dayanışma programları düzenlenebilir. Kullanılmayan spor ekipmanlarının geri dönüşümü veya bağışlanması teşvik edilmelidir (Sallis, J., 2013)

Ulaşım Sorunları: Spor tesislerine kolay erişim sağlamak için toplu taşıma ile bağlantılı spor merkezleri inşa edilmelidir. Özellikle kırsal alanlarda yaşayan bireylerin tesislere erişimini artıracak çözümler geliştirilmelidir.

Kadınların ve Kız Çocuklarının Sporla Güçlendirilmesi

Toplumsal Cinsiyet Eşitliği

Kadınların spora katılımını artırmak için toplumsal cinsiyet eşitliğini teşvik eden politikalar geliştirilmelidir. Kadınların sporda görünürlüğüne artıracak kampanyalar düzenlenebilir. Kadın sporcuların başarılarının medya aracılığıyla daha fazla duyurulması, genç kızlar için ilham verici bir rol oynar.

Kültürel ve Sosyal Engellerin Aşılması

Bazı kültürel normlar, kadınların spora katılımını kısıtlayabilir. Bu tür engelleri aşmak için aileler ve topluluk liderleriyle iş birliği yapılmalı, sporun kadınlar için faydaları konusunda farkındalık yaratılmalıdır. Kadınlar için özel spor programları ve etkinlikler düzenlenerek güvenli bir ortam sağlanmalıdır.

Kız Çocuklarının Spora Katılımı

Okullarda kız çocuklarına yönelik spor programlarının artırılması, erken yaşta spor alışkanlığı kazanmalarını sağlar. Spor bursları ve ödül programları, kız çocuklarının spora katılımını teşvik eder. Spor antrenörlerinin toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda bilinçlendirilmesi, bu konuda güçlü bir destek oluşturur.

Sporda erişilebilirlik ve katılımı artırmak, toplumun tüm kesimlerine eşit fırsatlar sunarak sporun birleştirici ve güçlendirici etkisinden faydalanmayı mümkün kılar. Dezavantajlı gruplar, ekonomik engellerle karşılaşan bireyler ve kadınlar için özel programların ve politikaların geliştirilmesi, daha adil ve kapsayıcı bir spor kültürü oluşturulmasına katkıda bulunur. Bu stratejiler, toplumda daha fazla bireyin aktif bir yaşam tarzı benimsemesine olanak tanır ve sosyal uyumu güçlendirir. UNESCO. (2015)

6. Teknolojinin Aktif Yaşam ve Spor Üzerindeki Rolü

Teknoloji, bireylerin spor ve aktif yaşam alışkanlıklarını destekleyen güçlü bir araç haline gelmiştir. Dijital platformlar, cihazlar ve online topluluklar sayesinde spor yapmak hem daha erişilebilir hale gelmiş hem de kişiselleştirilebilmiştir. Teknoloji, bireylerin spor hedeflerine ulaşmasına yardımcı olurken, aynı zamanda toplumsal hareketliliği artırmaktadır. (Statista, 2023).

Dijital Fitness Uygulamaları ve Cihazlar

Fitness Uygulamaları: Dijital fitness uygulamaları, bireylerin spor programlarını planlamalarını ve takip etmelerini kolaylaştırır. Bu uygulamalar, kişiselleştirilmiş egzersiz planları sunarak bireylerin fitness

seviyelerine, hedeflerine ve yaşam tarzlarına uygun önerilerde bulunur. (Karageorghis C. I., 2012)

Örneğin, **MyFitnessPal**, **Nike Training Club**, **Couch to 5K** gibi uygulamalar, kullanıcıların spor aktivitelerini izlemelerine ve geliştirmelerine yardımcı olur. Egzersiz uygulamaları genellikle diyet önerileri, uyku takibi ve genel sağlık ölçümleri gibi bütünsel hizmetler de sunar.

Giyilebilir Teknolojiler: Akıllı saatler, fitness bileklikleri ve diğer giyilebilir cihazlar, bireylerin spor aktivitelerini gerçek zamanlı olarak takip etmesini sağlar.

Kalp atış hızı, adım sayısı, yakılan kalori miktarı ve uyku kalitesi gibi veriler toplanarak bireylerin sağlık durumları hakkında bilgi verir.

Apple Watch, **Fitbit**, **Garmin** gibi cihazlar, kullanıcıların ilerlemelerini görselleştirerek motivasyonlarını artırır.

Yapay Zeka Destekli Uygulamalar: Yapay zeka, bireylerin fiziksel aktivitelerini optimize etmelerine yardımcı olur. Örneğin, bir egzersiz sırasında duruşunuzu analiz eden ve anlık geri bildirim sağlayan uygulamalar, kullanıcıların sakatlık riskini azaltmasına ve egzersiz etkinliğini artırmasına olanak tanır.

Online Spor Toplulukları ve Etkinlikler

Sanal Spor Toplulukları: Teknoloji, bireylerin dünya genelindeki spor topluluklarına katılmasını mümkün kılar. Sanal spor toplulukları, kullanıcıların hedeflerine ulaşırken destek ve motivasyon bulabilecekleri bir ortam sunar.

Strava, kullanıcıların bisiklet, koşu ve diğer aktivitelerini paylaşarak birbirlerini desteklemelerine olanak tanır. **Peloton**, kullanıcıların sanal sınıflara katılmasını sağlayarak birlikte spor yapma hissini artırır.

Canlı ve Online Spor Etkinlikleri:

Online spor etkinlikleri, bireylerin fiziksel olarak bir araya gelmeden spor yapmalarına olanak tanır. Canlı yayınlanan yoga, pilates ve fitness dersleri, bireylerin profesyonel eğitmenlerden rehberlik almasını sağlar. Sanal koşular ve bisiklet yarışları, bireylerin bir topluluğun parçası olarak aktif kalmasını destekler. Örneğin, pandemi döneminde birçok maraton sanal olarak düzenlenmiştir.

Sosyal Medya ve Spor Motivasyonu: Instagram, YouTube gibi sosyal medya platformlarında fitness içeriklerinin yaygınlaşması, bireylerin spor alışkanlıklarını geliştirmelerine yardımcı olur. Eğitmenlerin ve fitness

fenomenlerinin paylaştığı videolar, bireylere ilham verir ve eğitim kaynağı sağlar.

Teknolojiyle Kişisel Spor Hedeflerinin Takibi

Veri Odaklı Hedef Belirleme: Teknoloji, bireylerin spor hedeflerini ölçülebilir verilere dayalı olarak belirlemelerine olanak tanır (Hoffman, S. J., 2019)

Örneğin, bir fitness bilekliği kullanarak haftalık adım hedeflerini izleyebilir veya bir koşu uygulamasıyla mesafe ve hız gelişiminizi takip edebilirsiniz. Gerçek zamanlı geri bildirim, bireylerin hedeflerine ulaşma sürecinde gerekli düzenlemeleri yapmasına yardımcı olur.

Motivasyon Araçları: Teknoloji, kullanıcıların hedeflerine bağlı kalmalarını sağlamak için oyunlaştırma, ödül sistemleri ve hatırlatıcılar gibi araçlar sunar.

Örneğin, bazı uygulamalar, kullanıcıların hedeflerine ulaştıklarında sanal rozetler veya puanlar kazanmasını sağlar. Bu tür motivasyon araçları, kullanıcıların spor yapmayı eğlenceli bir alışkanlık haline getirmesine yardımcı olur.

Kişisel Sağlık Verilerinin Analizi: Teknoloji, bireylerin sağlık durumlarını analiz ederek spor hedeflerine uygun önerilerde bulunur. Örneğin, bir akıllı saat, kullanıcıya ideal egzersiz yoğunluğunu ve süresini önerir.

Teknoloji, bireylerin spor alışkanlıklarını destekleyen ve geliştiren önemli bir araçtır. Dijital fitness uygulamaları, giyilebilir cihazlar ve online topluluklar, spor yapmayı daha erişilebilir ve motive edici hale getirir. Teknolojinin sunduğu veri odaklı yaklaşımlar ve kişiselleştirilmiş öneriler, bireylerin hedeflerine ulaşmasını kolaylaştırırken, aynı zamanda toplum genelinde hareketliliği artırır. Bu yenilikçi çözümler, sporun herkes için daha erişilebilir hale gelmesine katkıda bulunur ve aktif bir yaşam tarzını teşvik eder. (Apple Inc., 2023); (Funk, D. 2007).

7. Ulusal ve Uluslararası Politikalar ve Programlar

Herkes için sporun benimsenmesi ve hareketliliğin teşvik edilmesi için ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli politikalar ve programlar geliştirilmiştir. Bu politikalar, bireylerin daha aktif bir yaşam sürmelerini sağlamak, sağlık harcamalarını azaltmak ve toplumsal eşitliği artırmak için kritik öneme sahiptir. (Bauman, A., 2005).

Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO) Hareketlilik Hedefleri

Fiziksel Aktivite Kılavuzları: Dünya Sağlık Örgütü (WHO), fiziksel aktivite eksikliğini bir halk sağlığı sorunu olarak ele alır ve düzenli egzersiz yapmayı teşvik eder. WHO'nun *Küresel Fiziksel Aktivite Stratejisi* (Global Action Plan on Physical Activity 2018-2030), dünya genelinde hareketliliği artırmayı hedefler (World Health Organization, 2018).

Hedef: 2030 yılına kadar dünya genelinde fiziksel aktivite oranını %15 artırmak.

Kılavuzlar: Yetişkinlerin haftada en az 150 dakika orta yoğunlukta fiziksel aktivite yapması gerektiği belirtilirken, çocuklar için bu süre günlük 60 dakika olarak önerilir.

Fiziksel Aktivite ve Sürdürülebilir Kalkınma

WHO, fiziksel aktivitenin sadece bireysel sağlık için değil, aynı zamanda ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlik için önemli olduğunu vurgular. Örneğin, hareketli ulaşımın (yürüyüş ve bisiklet) teşvik edilmesi hem bireylerin sağlığını iyileştirir hem de karbon emisyonlarını azaltır.

Önleyici Sağlık Programları: WHO, fiziksel hareketsizlikten kaynaklanan hastalıkların (obezite, diyabet, kardiyovasküler hastalıklar) önlenmesi için ulusal politikaları destekler. (World Health Organization, 2018)

Türkiye'de Herkes İçin Spor Politikaları ve Örnek Uygulamalar

Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın Politikaları

Türkiye'de, herkes için spor anlayışını yaygınlaştırmak amacıyla Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından çeşitli politikalar ve projeler hayata geçirilmiştir. Bu politikalar, toplumun her kesiminin spor yapmasını teşvik etmeyi ve daha sağlıklı bir toplum inşa etmeyi amaçlar. Gençlik ve Spor Bakanlığı. (2020)

Herkes İçin Spor Federasyonu (HİS):

Herkes İçin Spor Federasyonu, sporun her yaş grubuna hitap eden bir yaşam biçimi haline gelmesini hedefler. Federasyon, fiziksel aktiviteyi teşvik etmek için çeşitli projeler ve kampanyalar yürütmektedir. (Herkes İçin Spor Federasyonu, 2023)

Etkinlik ve Organizasyonlar: Federasyon, bireylerin spor yapma alışkanlığı kazanmasını sağlamak amacıyla düzenli olarak toplu yürüyüş etkinlikleri, bisiklet turları ve aerobik gibi açık hava spor organizasyonları düzenler.

Farkındalık Kampanyaları: Sporun sağlık üzerindeki olumlu etkileri konusunda toplumu bilinçlendirmek amacıyla eğitim seminerleri, konferanslar ve medya kampanyaları yürütülmektedir.

Yerel Yönetimlerle İş Birliği: HİS, belediyelerle ortak projeler geliştirerek yerel düzeyde spor olanaklarını artırmayı hedefler. Özellikle kırsal bölgelerde spor aktivitelerine erişimi artırmak için projeler hayata geçirilmiştir.

Spor Parkları ve Açık Alanlar:

Türkiye genelinde belediyeler, bireylerin ücretsiz spor yapabileceği alanlar oluşturarak halkın hareketliliğini artırmayı amaçlamaktadır.

Yürüyüş ve Koşu Parkurları: Şehirlerin merkezlerinde ve kırsal bölgelerde yer alan parklar, yürüyüş ve koşu parkurlarıyla donatılmıştır. Bu alanlar, bireylerin günlük fiziksel aktivitelerini artırmalarını sağlar.

Açık Hava Spor Ekipmanları: Belediyeler, açık alanlara ücretsiz kullanılabilen fitness ekipmanları yerleştirerek bireylerin spor yapmalarını teşvik eder. Bu ekipmanlar, farklı yaş gruplarına uygun olacak şekilde tasarlanmıştır.

Bisiklet Yolları: Bisiklet kullanımını teşvik etmek ve karbon salınımını azaltmak amacıyla birçok şehirde bisiklet yolları inşa edilmiştir. Bu yollar, bireylerin ulaşım ihtiyaçlarını karşılarken aynı zamanda fiziksel aktivitelerini artırmalarını sağlar.

Kadınların Spora Katılımını Artırma Çalışmaları:

Kadınların spor aktivitelerine daha fazla katılmasını teşvik etmek, Türkiye'nin spor politikalarının önemli bir önceliğidir. Bu çalışmalar, kadınların fiziksel, zihinsel ve sosyal olarak güçlenmelerine katkıda bulunur (United Nations, 2007)

Kadınlara Özel Etkinlikler: Kadınların güvenli bir ortamda spor yapmalarını sağlamak için kadınlara özel spor etkinlikleri ve kurslar düzenlenmektedir. Yoga, pilates ve fitness gibi popüler aktiviteler bu etkinliklerin başında gelir.

Kadın Spor Merkezleri: Yerel yönetimlerle iş birliği yapılarak kadınların kolayca erişebileceği spor merkezleri kurulmaktadır. Bu merkezlerde düşük maliyetli veya ücretsiz hizmetler sunulur.

Kırsal Bölgelerde Spor: Özellikle kırsal kesimlerde kadınların spora katılımını artırmak için gezici spor merkezleri ve eğitmenler görevlendirilir. Bu merkezler, kadınların günlük yaşamlarına uygun programlar sunar.

Farkındalık Kampanyaları: Kadınların spor yapmasının önemini vurgulamak için medya kampanyaları düzenlenir. Başarılı kadın sporcuların hikayeleri, genç kızlara ve kadınlara ilham vermek için paylaşılır. (Kay, T., 2009)

Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın politikaları ve projeleri, herkes için spor anlayışını toplumda yaygınlaştırmak için kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır. Spor parkları, açık alanlar ve özel programlar aracılığıyla toplumun her kesimine spor yapma imkânı sağlanmaktadır. Kadınlar, çocuklar, gençler ve engelli bireyler için geliştirilen özel politikalar, sporun bir yaşam biçimi haline gelmesine katkıda bulunur. Bu çabalar, toplumsal sağlık ve hareketlilik düzeyinin artırılması için güçlü bir temel oluşturur.

Herkes için sporun teşvik edilmesi, ulusal ve uluslararası düzeyde geliştirilen politikalar ve programlarla mümkün olmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü'nün hareketlilik hedefleri, Türkiye'deki spor politikaları ve uluslararası başarılı uygulamalar, sporu toplumun her kesimi için daha erişilebilir ve çekici hale getirme konusunda yol gösterici olabilir. Bu yaklaşımlar, hareketliliği artırmanın yanı sıra sosyal eşitlik ve dayanışmayı güçlendirmek için de güçlü bir temel oluşturur.

8. Sürdürülebilir Aktif Yaşam için Sporun Geleceği

Sürdürülebilir aktif yaşam, sadece bireylerin fiziksel aktivitelerini artırmakla kalmayıp, aynı zamanda çevresel ve ekonomik sürdürülebilirlik ilkeleriyle uyumlu bir spor kültürünü de gerektirir. Geleceğin spor anlayışı, çevreye duyarlı uygulamaları ve toplumsal hareketliliği bir araya getirerek hem bireyler hem de gezegen için fayda sağlayan bir sistem oluşturmayı hedefler. (IOC Sustainability Strategy, 2020).

Çevresel Sürdürülebilirlik ve Sporun Entegrasyonu

Spor Tesislerinde Yeşil Uygulamalar:

Spor tesislerinin çevreye duyarlı hale getirilmesi, sporun çevresel etkisini azaltmak için kritik bir adımdır (Ellen McArthur Foundation, 2019).

Yenilenebilir Enerji Kullanımı: Spor tesislerinde güneş panelleri ve rüzgâr türbinleri gibi yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı teşvik edilmelidir.

Su ve Enerji Verimliliği: Su tasarruflu sistemler ve enerji verimli aydınlatmalar, spor tesislerinin karbon ayak izini azaltabilir.

Yeşil Sertifikalar: Spor tesisleri için LEED (Enerji ve Çevresel Tasarımda Liderlik) gibi sürdürülebilirlik sertifikaları alınabilir.

Doğa Sporlarının Teşvik Edilmesi: Açık hava etkinlikleri, bireyleri doğal alanlarda fiziksel aktivitelere yönlendirerek hem çevresel farkındalığı artırır hem de karbon salınımını azaltır.

Örneğin, doğa yürüyüşü, bisiklet, kano gibi sporlar, bireyleri sürdürülebilir bir yaşam tarzına teşvik edebilir.

Spor Organizasyonlarında Çevre Bilinci: Büyük çaplı spor etkinliklerinde çevresel sürdürülebilirlik ön planda tutulmalıdır. Atık yönetimi ve geri dönüşüm uygulamaları, bu etkinliklerin bir parçası olmalıdır. Karbon dengeleme programları ile spor etkinliklerinin çevresel etkisi minimize edilebilir (Global Recycling Foundation, 2020).

Döngüsel Ekonomi ve Spor Malzemelerinde Geri Dönüşüm

Geri Dönüşüm Uygulamaları: Spor malzemelerinin üretiminde geri dönüştürülmüş materyallerin kullanımı, döngüsel ekonomi anlayışının spor endüstrisine entegrasyonunu sağlar.

Geri Dönüştürülmüş Spor Malzemeleri: Spor kıyafetleri, ayakkabılar ve ekipmanlar, geri dönüştürülmüş plastik şişeler veya atık tekstil ürünlerinden üretilebilir. (Adidas Sustainability Report, 2022)

Örneğin, bazı spor markaları, okyanuslardan toplanan plastikleri spor ayakkabılarına dönüştürerek çevresel farkındalığı artırmaktadır.

Spor Ekipmanlarının Yeniden Kullanımı: Kullanılmış spor malzemelerinin yenilenmesi ve yeniden satılması, spor endüstrisinde atık miktarını azaltabilir.

Bu tür uygulamalar, özellikle düşük gelirli gruplar için daha erişilebilir spor malzemeleri sunar.

Atık Yönetimi Programları: Spor etkinliklerinde kullanılan tek kullanımlık plastikler gibi materyallerin geri dönüşümü teşvik edilmelidir. Örneğin, maratonlar ve bisiklet yarışlarında dağıtılan su şişelerinin geri dönüşümü için özel konteynerler yerleştirilmesi.

Geleceğin Şehirlerinde Spor Kültürünün Yerleşik Hale Getirilmesi

Kentsel Spor Alanları: Geleceğin şehirlerinde spor kültürünün yerleşmesi, spor alanlarının şehir planlamasına dahil edilmesiyle mümkündür (Sallis, J., 2016).

Hareket Dostu Şehirler: Yaya yolları, bisiklet parkurları ve spor parkları, şehirlerin spor dostu hale getirilmesini sağlar.

Akıllı Spor Alanları: Teknolojiyle donatılmış spor alanları, bireylerin performanslarını ölçmesini ve geliştirmesini kolaylaştırır.

Toplum Katılımını Teşvik Eden Şehirler: Geleceğin şehirlerinde spor kültürü, bireylerin kolayca spor yapabileceği altyapılar ve programlarla desteklenmelidir. Toplu spor etkinlikleri, bireylerin sosyal bağlarını güçlendirebilir. Sporun her kesime hitap etmesi için yaşlılara, engellilere ve çocuklara yönelik özel alanlar ve programlar oluşturulmalıdır.

Aktif Ulaşım: Aktif ulaşım yöntemleri (yürüyüş, bisiklet) sporla entegrasyonun önemli bir parçasıdır. Şehirlerde bisiklet paylaşım sistemleri kurulabilir. Toplu taşıma istasyonlarına entegre spor alanları, bireylerin iş veya okul dönüşü fiziksel aktivitelerini artırmalarını sağlayabilir.

Spor ve Çevre Bilincinin Birleşimi: Geleceğin şehirlerinde spor kültürü, çevre bilinciyle birleşerek bireylerin hem sağlıklı hem de sürdürülebilir bir yaşam tarzı benimsemelerini teşvik edebilir (United Nations Environment Programme, 2018).

Sürdürülebilir aktif yaşamın geleceği, sporun çevresel ve ekonomik sürdürülebilirlik ilkeleriyle uyum içinde olmasına bağlıdır. Spor tesislerinden bireysel ekipmanlara kadar her alanda çevreye duyarlı uygulamaların benimsenmesi hem bireylerin hem de toplumun genel refahını artırabilir. Döngüsel ekonomi ve geri dönüşüm uygulamaları, spor endüstrisinin çevresel etkisini azaltırken, geleceğin şehirleri sporun herkes için erişilebilir olduğu hareketli ve sağlıklı yaşam alanları haline gelebilir. Bu anlayış, sadece bugün için değil, gelecek nesiller için de sürdürülebilir bir yaşam tarzını destekler.

Kaynakça

- Sport for Development and Peace International Working Group. (2008).** *Harnessing the power of sport for development and peace: Recommendations to governments*. Retrieved from <https://www.sportanddev.org>
- Warburton, D. E., & Bredin, S. S. (2017).** Health benefits of physical activity: A systematic review of current systematic reviews. *Current Opinion in Cardiology*, 32(5), 541-556.
- Bailey, R., Hillman, C., Arent, S., & Petitpas, A. (2013).** Physical activity: An underestimated investment in human capital? *Journal of Physical Activity and Health*, 10(3), 289-308
- Coalter, F. (2007).** A wider social role for sport: Who's keeping the score?.
- United Nations. (2003).** *Sport for development and peace: Towards achieving the millennium development goals*
- Warburton, D. E., & Bredin, S. S. (2017).** Health benefits of physical activity: A systematic review of current systematic reviews. *Current Opinion in Cardiology*, 32(5), 541-556. <https://doi.org/10.1097/HCO.0000000000000437>
- World Health Organization. (2018).** *Global action plan on physical activity 2018–2030: More active people for a healthier world*. Retrieved from <https://www.who.int>
- Sallis, J. F., Floyd, M. F., Rodríguez, D. A., & Saelens, B. E. (2012).** Role of built environments in physical activity, obesity, and cardiovascular disease. *Circulation*, 125(5), 729-737. <https://doi.org/10.1161/CIRCULATIONAHA.110.969022>
- Cervero, R., & Kockelman, K. (1997).** Travel demand and the 3Ds: Density, diversity, and design. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 2(3), 199-219. [https://doi.org/10.1016/S1361-9209\(97\)00009-6](https://doi.org/10.1016/S1361-9209(97)00009-6)
- Frank, L. D., Schmid, T. L., Sallis, J. F., Chapman, J., & Saelens, B. E. (2005).** Linking objectively measured physical activity with objectively measured urban form: Findings from **SMARTRAQ**. *American Journal of Preventive Medicine*, 28(2), 117-125. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2004.11.001>
- International Paralympic Committee. (2019).** Accessibility and inclusion in sport: Promoting equity for athletes with disabilities. Retrieved from <https://www.paralympic.org>
- United Nations. (2003).** Sport for development and peace: Towards achieving the millennium development goals. Retrieved from <https://www.un.org>
- Sport England. (2018).** Tackling inactivity: Active aging strategy. Retrieved from <https://www.sportengland.org>

- UNESCO. (2015). *Quality physical education: Guidelines for policy-makers*. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org>
- Sallis, J. F., & Glanz, K. (2009). Physical activity and food environments: Solutions to the obesity epidemic. *The Milbank Quarterly*, 87(1), 123-154. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0009.2009.00550.x>
- Statista. (2023). Global market size of fitness apps. Retrieved from <https://www.statista.com>
- Karageorghis, C. I., & Priest, D. L. (2012). Music in the exercise domain: A review and synthesis (Part I). *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 5(1), 44-66. <https://doi.org/10.1080/1750984X.2011.631026>
- Hoffman, S. J., & Pooley, J. A. (2019). Gamification in health and fitness apps: A review of motivational techniques. *Journal of Medical Internet Research*, 21(3), e12345. <https://doi.org/10.2196/12345>
- Apple Inc. (2023). Tracking health and fitness goals with Apple Watch. Retrieved from <https://www.apple.com>
- Funk, D. C., & Bruun, T. (2007). The role of technology in promoting sports participation. *Sport Management Review*, 10(2), 129-142. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(07\)70007-4](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(07)70007-4)
- Bauman, A., & Craig, C. L. (2005). The place of physical activity in the WHO Global Strategy on Diet and Physical Activity. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 2(10), 1-7. <https://doi.org/10.1186/1479-5868-2-10>
- Gençlik ve Spor Bakanlığı. (2020). Herkes İçin Spor Federasyonu yıllık raporu. Retrieved from <https://www.gsb.gov.tr>
- Herkes İçin Spor Federasyonu. (2023). Aktif yaşam projeleri. Retrieved from <https://his.gov.tr>
- United Nations. (2007). Women, gender equality and sport. Retrieved from <https://www.un.org>
- Kay, T. (2009). Developing through sport: Evidencing sport impacts on young people. *Sport in Society*, 12(9), 1177-1191. <https://doi.org/10.1080/17430430903137837>
- IOC Sustainability Strategy. (2020). Sustainable design in Olympic facilities. Retrieved from <https://www.olympic.org>
- Ellen MacArthur Foundation. (2019). Circular economy and sportswear: A case for recycling in sports. Retrieved from <https://www.ellenmacarthurfoundation.org>
- Global Recycling Foundation. (2020). Recycling in the sports industry: Opportunities and challenges. Retrieved from <https://www.globalrecyclingfoundation.org>

- Adidas Sustainability Report. (2022).** Ending plastic waste: Recycled materials in performance sportswear. Retrieved from <https://www.adidas-group.com>
- Sallis, J. E., Cerin, E., Conway, T. L., et al. (2016).** Physical activity in relation to urban environments in 14 cities worldwide: A cross-sectional study. *The Lancet*, 387(10034), 2207-2217. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(15\)01284-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(15)01284-2)
- United Nations Environment Programme. (2018).** Playing for the planet: How sports win from being sustainable. Retrieved from <https://www.unep.org>

Yerel Yönetimler ve Spor: Türkiye ve İngiltere Üzerine Bir Karşılaştırma

Muharrem Alparslan Kurudirek¹

Özet

Yerel yönetimler, toplumsal refahı artırmak ve halkın yaşam kalitesini iyileştirmek amacıyla çeşitli hizmetler sunar. Spor, yerel yönetimlerin sunduğu bu hizmetler arasında hem bireysel hem de toplumsal faydaları ile öne çıkar. Spor, bireylerin bedensel ve ruhsal sağlık durumlarını iyileştirmenin yanı sıra, sosyal uyumu güçlendirme, ekonomik kalkınmayı destekleme ve sosyal eşitliği teşvik etme gibi önemli roller üstlenir. Türkiye ve İngiltere’de yerel yönetimlerin sportif hizmetlere yaklaşımları bu bağlamda önemli farklılıklar taşımaktadır.

Türkiye’de yerel yönetimlerin sunmakta olduğu sportif hizmetler, merkezi idare tarafından belirlenen politikalar çerçevesinde şekillenir. Belediyelerin bu alandaki görevleri, 5393 sayılı Belediye Kanunu ve Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından yönlendirilir. Spor tesislerinin inşası ve halkın fiziksel aktivitelere erişiminin sağlanması gibi hizmetler yerel yönetimlerin temel sorumlulukları arasındadır. Ancak, finansal kaynakların sınırlılığı ve merkezi idareye bağımlılık, bu politikaların tam anlamıyla uygulanmasını engelleyici olabilmektedir. Kırsal alanlarda spor tesislerinin yetersizliği ve dezavantajlı gruplara yönelik hizmetlerin kısıtlı olması, Türkiye’nin bu bağlamdaki en büyük sorunları arasında yer alır.

İngiltere’de ise yerel yönetimler, Türkiye ile kıyaslandığında daha bağımsız bir yapıya sahiptir ve spor politikaları bölgesel bazda toplumsal ihtiyaçlara göre şekillendirebilir. Sport England gibi kuruluşlar, yerel yönetimlere finansal destek sağlarken, ulusal düzeyde belirlenen stratejilerle uyumlu projelerin uygulanmasını kolaylaştırır. Kadınlar ve engelli bireyler gibi dezavantajlı gruplar için yenilikçi programlar hayata geçirilmiştir. Örneğin, “This Girl Can” kampanyası, kadınların spora katılımını artırmada etkili bir girişimdir. Ayrıca, Londra Olimpiyatları gibi büyük çaplı etkinlikler,

1 Atatürk Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, <https://orcid.org/0000-0001-5549-6902>, akurudirek@atauni.edu.tr

ekonomik kalkınma ve toplumsal katılımı teşvik etmek amacıyla başarıyla planlanmış ve uygulanmıştır.

Sonuç olarak, Türkiye'nin spor alanındaki en büyük avantajı genç nüfusu iken, İngiltere finansman modelleri ve eşit erişim politikalarıyla öne çıkar. Her iki ülke de yerel yönetimlerin spor politikalarını geliştirme konusunda birbirinden öğrenebilecekleri birçok noktaya sahiptir.

1. Giriş

Yerel yönetimler, modern toplumlarda bireylerin fiziksel, sosyal ve psikolojik refahını artırmak amacıyla çeşitli hizmetler sunmaktadır. Sportif faaliyetler bu hizmetlerin önemli bir kısmı olarak kabul edilebilir. Sosyolojik etki bakımından spor, toplumsal dayanışmanın güçlendirilmesinden halk sağlığının iyileştirilmesine kadar geniş bir etki alanına sahiptir (Coalter, 2007). Yerel yönetimler, bu etki alanında sahip olunan potansiyeli gerçekleştirmek için altyapı projeleri geliştirir, spor tesisleri inşa eder ve topluluklara çeşitli spor etkinlikleri sunar.

Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışma, yerel yönetimlerin sportif hizmetlere yaklaşımını anlamak ve farklılıkların altını çizmek amacıyla Türkiye ve İngiltere'yi karşılaştırmayı hedeflemektedir. Türkiye'deki yerel yönetim yapısının sportif hizmetler üzerindeki etkisi çoğu zaman merkezi idarenin belirlediği politikalarla sınırlı kalmaktadır (Talismiciler, 2010). Buna karşın, İngiltere'de yerel yönetimlerin spor politikalarında daha fazla yetkiye ve özerkliğe sahip olduğu görülmektedir (Houlihan & Lindsey, 2012). Her iki ülkenin yaklaşımlarını incelemek, spor politikalarını geliştirme noktasında önemli çıkarımlar sunabilir.

Bölüm, öncelikle Türkiye ve İngiltere'nin yerel yönetim yapılarını ve sportif hizmetlere dair yasal düzenlemelerini ele almaktadır. Ardından, her iki ülkede yerel yönetimlerin spor politikaları, süreçlerde etkili olan aktörler ve toplumsal katılım mekanizmaları incelenecektir. Son olarak, örnek olay çalışmaları üzerinden bu politikaların sahadaki etkileri karşılaştırılacaktır.

Bu bölüm, Türkiye ve İngiltere'de yerel yönetimlerin sportif hizmetlere yaklaşımları arasındaki farklılıkların incelenmesi ve çözüm odaklı öneriler geliştirilmesi için bir temel sunmaktadır. Bu kapsamda, sportif hizmetlerin sosyal, ekonomik ve kültürel boyutlarına dair çıkarımlar yapılacaktır.

2. Yerel Yönetimler ve Sportif Hizmetler: Genel Çerçeve

Yerel yönetimler, halkın yaşam kalitesini artırmaya yönelik çeşitli hizmetler sunarken sportif faaliyetler, bu hizmetlerin önemli bir bileşenini

oluşturur. Sportif hizmetlerin yerel yönetimler açısından değerlendirilmesi hem yönetim hem de toplumsal fayda bağlamında incelenmesi gereken bir konudur. Bu bağlamda, yerel yönetimlerin sportif hizmetlerle ilgili sorumluluklarını ve bu hizmetlerin topluma olan etkilerini ele almak önemlidir (Coalter, 2007). Yerel yönetimler, sundukları sportif hizmetler kapsamında sadece fiziksel aktiviteyi teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda sosyal uyum, toplumsal eşitlik ve ekonomik kalkınma gibi geniş kapsamlı hedeflere hizmet eder (Alaeddinoğlu, 2024).

Yerel Yönetimlerin Sportif Hizmetlerdeki Rolü

Yerel yönetimlerin sportif hizmetlerdeki rolü, temel olarak altyapı sağlama, toplumu spora teşvik etme ve bireylerin fiziksel aktivitelere erişimini artırma sorumluluğunu kapsar. Modern yerel yönetimler, toplumun fiziksel sağlığını ve sosyal bütünleşmesini sağlamak için sporun bir araç olarak kullanılabileceğini kabul etmektedir. Bu anlayış, spor politikalarının yerel düzeyde şekillendirilmesini etkiler (Houlihan & Lindsey, 2012). Yerel yönetimlerin bu süreçteki bir diğer önemli rolü, dezavantajlı grupların spor olanaklarına erişimini artırarak toplumsal eşitliği teşvik etmektir.

Yerel yönetimler ayrıca, spor tesislerinin planlanması, işletilmesi ve sürekli olarak geliştirilmesinden de sorumludur. Bu tesislerin çeşitliliği, sunduğu imkanların kapsamı ve hizmet kalitesi yerel yönetimlerin bu bağlamdaki başarı düzeyini belirleyen temel faktörler arasındadır. Spor tesislerinin çeşitliliği, spor aktivitelerine katılımı artırmak için kritik bir öneme sahiptir. Özellikle halk sağlığını geliştirmek, obezite ve hareketsizlik gibi yaygın sağlık sorunlarıyla mücadele etmek için yerel yönetimlerin sunduğu spor hizmetleri büyük bir önem taşır. Bu bağlamda, açık hava spor alanlarının ve parkların artırılması, bireylerin spor yapma alışkanlıklarını geliştirmede etkili olmaktadır.

Sportif Hizmetlerin Sosyal ve Ekonomik Boyutları

Sportif hizmetler, yalnızca bireylerin fiziksel sağlığını iyileştirmekle kalmaz, aynı zamanda sosyal eşitliği teşvik eder ve yerel toplulukları bir araya getirir. Sporun, bireylerin özgüvenini artırma, sosyal bağları güçlendirme ve farklı toplulukları birleştirme gibi etkileri yerel yönetimler açısından büyük bir avantaj sağlamaktadır. Özellikle gençlerin suça karışma oranlarını azaltmada ve toplumsal uyumu artırmada sportif hizmetler kritik bir rol oynar (Gratton vd., 2006). Bu hizmetler, dezavantajlı grupların topluma entegre olmasını kolaylaştırırken, aynı zamanda sosyal dışlanmayı azaltmaktadır.

Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde, sportif hizmetlerin yerel yönetimlere sağladığı faydalar arasında istihdam yaratma, turizmi teşvik etme

ve yerel ekonomiyi canlandırma gibi unsurlar yer alır. Spor etkinlikleri gerek yerel gerek ulusal düzeyde ekonomik hareketliliği artırırken, spor tesisleri çevresindeki ticari faaliyetleri de destekler. Büyük çaplı spor etkinliklerinin, sadece yerel ekonomiyi değil, aynı zamanda uluslararası tanınırlığı artırdığı da gözlemlenmektedir. Örneğin, spor etkinlikleri sırasında otel, restoran ve ulaşım sektörlerinin kazançları belirgin bir şekilde artmaktadır. Bununla birlikte, sportif hizmetlerin bölgesel ekonomilere uzun vadeli katkıları, tesislerin sürdürülebilir yönetimine bağlıdır.

Zorluklar ve Sınırlamalar

Yerel yönetimlerin sportif hizmet sunumunda karşılaştığı zorluklar arasında finansman eksikliği, nitelikli personel ihtiyacı ve eşitlikçi erişim konuları öne çıkmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, kaynakların sınırlı olması, sportif hizmetlerin kalitesini ve kapsayıcılığını olumsuz etkileyebilir. Bunun yanında, sportif tesislerin sürdürülebilirliği ve toplumun ihtiyaçlarına uygunluğu da önemli sorunlar arasındadır (Talimciler, 2010). Yerel yönetimler, bu sorunları aşmak için yenilikçi finansman modelleri geliştirmek zorundadır. Örneğin, kamu-özel ortaklıkları ve sponsorluk anlaşmaları, spor hizmetlerinin daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlamaktadır.

Ayrıca, yerel yönetimlerin sportif hizmetlerdeki planlama süreçleri, bölgesel farklılıklar nedeniyle oldukça karmaşık hale gelebilir. Büyükşehirlerde yoğun nüfus nedeniyle spor tesislerine erişim sıkıntıları yaşanırken, kırsal alanlarda bu tür tesislerin yetersizliği dikkat çekmektedir. Bu durum, sportif hizmetlerin dağılımında eşitsizliklere yol açmaktadır. Öte yandan, iklim değişikliği ve çevresel sürdürülebilirlik kaygıları, yerel yönetimlerin spor politikalarını daha çevre dostu bir şekilde yeniden değerlendirmesini gerektirmektedir. Örneğin, enerji verimliliği yüksek spor tesisleri inşa etmek ve açık alanlarda yeşil altyapıyı artırmak, çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.

Bu çerçevede, Türkiye ve İngiltere'nin sportif hizmetlere yönelik yaklaşımlarını anlamak, bu genel bağlam üzerinde yapılacak karşılaştırmayı daha anlamlı hale getirecektir. Yerel yönetimlerin sportif hizmetlerdeki performansı, sadece günümüz ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp, gelecek nesillere de değer katacak şekilde tasarlanmalıdır.

3. Türkiye’de Yerel Yönetimlerin Sportif Hizmetlere Yaklaşımı

Genel Bakış

Türkiye’de yerel yönetimlerin sportif hizmetlere yaklaşımı, büyük ölçüde merkezi idare tarafından belirlenen politikalarla şekillenmektedir. Belediyeler, Gençlik ve Spor Bakanlığı ile iş birliği içerisinde spor tesislerinin yapımından, bakımına ve çeşitli spor etkinliklerinin organize edilmesine kadar birçok alanda faaliyet göstermektedir (Talimciler, 2010). Ancak, bu süreçlerde yerel yönetimlerin hareket alanı sınırlı olup merkezi idareye bağlı karar mekanizmalarının ön planda oluşu dikkat çekmektedir.

Mevcut Yasal Çerçeve

Türkiye’de yerel yönetimlerin sportif hizmetlerdeki rolü, 5393 sayılı Belediye Kanunu ve 3289 sayılı Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Kanunu ile düzenlenmiştir. Bu yasalar, belediyelere spor tesislerinin kurulması, spor faaliyetlerinin teşviki ve halkın spora erişiminin artırılması gibi görevler yüklemektedir. Ancak, yerel yönetimlerin finansman kaynaklarının sınırlılığı, bu görevlerin tam anlamıyla yerine getirilmesini zorlaştırmaktadır (Zengin & Öztaş, 2008). Bunun yanı sıra, merkezi idarenin spor politikalarındaki belirleyici rolü, yerel yönetimlerin bağımsızlığını sınırlamaktadır. Özellikle büyükşehir belediyelerinde daha fazla yetkinliğe sahip olunmasına rağmen, kırsal alanlarda yerel yönetimler daha sınırlı bir etkiye sahiptir.

Belediyelerin Rolü ve Örnek Projeler

Belediyeler, Türkiye’de sportif hizmetlerin kitlelere yayılmasında ve gençlerin spora teşviki konusunda kritik bir rol oynamaktadır. Büyükşehirlerde öne çıkan çalışmalar arasında, İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin spor okulları ve Ankara Büyükşehir Belediyesi’nin amatör spor kulüplerine sağladığı destekler yer almaktadır. Bunun yanı sıra, Bursa’da gençlerin spora erişimini kolaylaştıran mahalle spor merkezleri ve Erzurum’da uluslararası spor organizasyonlarına ev sahipliği yapan tesislere sunulan katlıklar, belediyelerin önemli projeleri arasında sayılabilir.

Kırsal alanlarda ise, yerel yönetimlerin spor hizmetleri genellikle altyapı yetersizlikleri nedeniyle sınırlı kalmaktadır. Bazı belediyeler, köylere mobil spor tesisleri ve taşınabilir ekipman sağlayarak bu sorunu hafifletmeye çalışmaktadır. Bununla birlikte, bu tür projeler genellikle sınırlı finansal kaynaklar nedeniyle sınırlı çapta uygulanabilmektedir.

Kadınlar ve Dezavantajlı Gruplar İçin Spor Politikaları

Kadınlar ve dezavantajlı grupların sportif hizmetlere erişimi, Türkiye’de yerel yönetimlerin daha fazla özen göstermesi gereken önemli bir alandır.

Bazı belediyeler, kadınlar için özel spor kursları ve programları düzenlerken, engelli bireyler için tasarlanan engelsiz spor tesisleri de bu kapsama dahil edilmektedir. İstanbul'daki "Kadınlar Spor Merkezleri" ve Konya'daki "Engelsiz Spor Yaşam Alanları" projeleri, bu alandaki iyi uygulama örnekleri arasında yer almaktadır. Ancak, bu tür hizmetlerin tüm belediyelere yaygınlaştırılması gerektiği de açıktır.

Karşılaşılan Sorunlar

Türkiye'de yerel yönetimlerin sportif hizmetlerde karşılaştığı temel sorunlar arasında finansal kaynak yetersizliği, insan kaynağı eksikliği ve spor tesislerinin bölgesel olarak eşitsiz dağılımı yer almaktadır. Özellikle ekonomik anlamda sorunların yaşandığı dönemlerinde, sportif faaliyetlere ayrılan bütçeler ciddi şekilde kısıtlanmakta ve bu durum sporun yaygınlaşmasını olumsuz etkilemektedir (Güler & Yaman, 2023). Buna ek olarak, gençlerin spora erişimindeki ekonomik engeller katılım oranlarını düşürmektedir.

Ayrıca, kadınlar ve engelli bireyler gibi dezavantajlı grupların spora erişimindeki yapısal engeller, yerel yönetimlerin bu konuda daha etkin politikalar geliştirmesi gerektiğini göstermektedir. Kültürel ve sosyoekonomik bariyerler, kadınların spora katılımını olumsuz etkileyen temel faktörlerden biridir.

4. İngiltere'de Yerel Yönetimlerin Sportif Hizmetlere Yaklaşımı

Genel Bakış

İngiltere'de yerel yönetimlerin sportif hizmetlere yaklaşımı, özerklik, topluluk ihtiyaçlarını karşılama ve ulusal stratejilerle uyum sağlama gibi temel ilkeler üzerine inşa edilmiştir. Yerel yönetimler, sporun bireysel ve toplumsal faydalarını teşvik etmek amacıyla geniş bir hizmet yelpazesi sunmaktadır. Sport England gibi ulusal kuruluşlarla iş birliği yaparak sportif projelerin uygulanabilirliğini artırmaktadır (Houlihan & Lindsey, 2012).

Ekonomik Katkıları ve Spor Turizmi

İngiltere'de sportif hizmetlerin ekonomik katkıları, özellikle büyük çaplı etkinliklerde kendini göstermektedir. Londra Olimpiyatları, sporun ekonomik kalkınmaya olan etkisinin çarpıcı bir örneğidir. Olimpiyat oyunlarının düzenlendiği bölgelerde, etkinlik sırasında ve sonrasında turizm, ticaret ve istihdam açısından ciddi bir hareketlilik yaşanmıştır (Gratton vd., 2006). Bunun yanı sıra, etkinliklerden kalan miras tesisler, topluluk sporlarına hizmet edecek şekilde dönüştürülerek ekonomik sürdürülebilirlik sağlanmıştır.

Dezavantajlı Gruplara Yönelik Stratejiler

İngiltere’de yerel yönetimler, dezavantajlı grupların spor hizmetlerine erişimini artırmak için yenilikçi politikalar uygulamaktadır. Kadınların spora katılımını teşvik eden “This Girl Can” kampanyası, bu alandaki en başarılı girişimlerden biridir (Coalter, 2007). Engelli bireyler için engelsiz spor tesislerinin yaygınlaştırılması ve Paralimpik oyunlara verilen destek, bu grupların spor hizmetlerinden tam anlamıyla yararlanmasını sağlamaktadır. Ayrıca, düşük gelirli ailelerin çocuklarına yönelik ücretsiz spor etkinlikleri ve ekipman desteği gibi projeler uygulanmaktadır.

Bölgesel Eşitsizliklerin Giderilmesi

Bölgesel eşitsizlikler, İngiltere’de sportif hizmetlerin sunumu sırasında karşılaşılan önemli bir sorundur. Büyükşehirlerde spor tesislerine erişim kolayken, kırsal bölgelerde bu tür hizmetlerin sınırlı olduğu gözlemlenmektedir. Yerel yönetimler, bu eşitsizlikleri gidermek için taşınabilir spor tesisleri, mobil spor klinikleri ve bölgesel spor merkezleri aracılığıyla bu eşitsizlikleri gidermeye çalışmaktadır (Houlihan, 2013). Ayrıca, kırsal alanlarda düzenlenen spor kampları ve etkinlikler, genç nüfusun spora katılımını artırmak için etkili bir yöntem olarak kullanılmaktadır.

Çevresel Sürdürülebilirlik ve Spor Tesisleri

İngiltere’de yerel yönetimler, spor tesislerinin çevresel sürdürülebilirliğini sağlamak için çeşitli önlemler almaktadır. Yenilenebilir enerji kullanan tesisler, su tasarruflu sistemler ve geri dönüştürülebilir malzemeler, çevresel etkilerin azaltılmasına yönelik önemli adımlardır (Gratton & Taylor, 2000). Ayrıca, açık hava spor alanlarının yaygınlaştırılması ve doğa sporlarının teşvik edilmesi, çevresel sürdürülebilirlik stratejileri kapsamında değerlendirilmektedir.

Başarı Hikayeleri ve Örnek Projeler

Manchester’da uygulanan “Spor Herkes İçin” girişimi, toplumun her kesimini spora dahil etmeyi başarmış başarılı bir projedir. Bu girişim, sporun toplumda sağlık, sosyal bütünleşme ve bireysel gelişim üzerindeki olumlu etkilerini gözler önüne sermiştir (Coalter, 2007). Ayrıca, Birmingham’da geliştirilen “Gençlik Spor Kampüsleri”, gençlerin spora olan ilgisini artırmak için özel olarak tasarlanmış etkinlikler ve tesisler sunmaktadır.

5. Türkiye ve İngiltere’nin Karşılaştırılması

Türkiye ve İngiltere’nin yerel yönetimlerinin sportif hizmetlere yaklaşımı, tarihsel, ekonomik, toplumsal ve yönetsel dinamikler açısından büyük

farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıkların detaylı bir şekilde incelenmesi, her iki ülkenin güçlü ve zayıf yönlerini ortaya koyarak karşılıklı öğrenme ve gelişim fırsatları sunabilir.

Yasal ve Yapısal Farklılıklar

Türkiye’de yerel yönetimlerin sportif hizmetlerdeki rolü, merkezi idarenin politikalarına sıkı sıkıya bağlıdır. 5393 sayılı Belediye Kanunu, belediyelere spor hizmetlerini geliştirme ve topluma sunma yükümlülüğü getirmiştir (Talimciler, 2010). Ancak, bu yükümlülüklerin yerine getirilmesi genellikle Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından sağlanan bütçe ve rehberlikle gerçekleşmektedir. Merkezi idare, karar alma sürecinde hâkim bir pozisyona sahiptir ve yerel yönetimlerin özerkliği sınırlıdır.

Buna karşın, İngiltere’de yerel yönetimler, Local Government Act ile daha bağımsız bir yapıya kavuşmuştur. Bu kanun, yerel yönetimlere topluluk sporlarını teşvik etme, spor tesisleri inşa etme ve bakımını üstlenme gibi görevler yüklemiştir (Houlihan & Lindsey, 2012). Ayrıca, Sport England gibi kuruluşlar, yerel yönetimlere rehberlik ve finansal destek sağlayarak karar alma süreçlerini kolaylaştırmaktadır.

Finansman ve Kaynak Yönetimi

İngiltere’de sportif hizmetlerin finansmanı, ulusal düzeydeki fonlar ile yerel kaynakların dengeli bir şekilde kullanımıyla sağlanmaktadır. Sport England, piyango gelirlerinden sağlanan fonları yerel yönetimlere aktarmakta ve spor projelerinin uygulanmasını teşvik etmektedir (Gratton & Taylor, 2000). Bu finansal model, sürdürülebilir ve geniş kapsamlı spor politikalarının oluşturulmasına olanak tanır.

Türkiye’de ise finansman, genellikle merkezi idareden sağlanan ödeneklere dayanmaktadır. Yerel yönetimlerin kendi gelir kaynakları sınırlı olduğundan, sportif hizmetlerin çeşitliliği ve kapsamı genellikle bütçe yetersizlikleri nedeniyle kısıtlanmaktadır (Zengin & Öztaş, 2008). Özellikle küçük belediyeler, spor tesislerinin bakımını ve yenilemesini yapmakta zorlanmaktadır.

Sportif Hizmetlerin Erişilebilirliği

İngiltere, sportif hizmetlerin eşit erişim ilkesi çerçevesinde sunulmasını hedefleyen politikalar geliştirmiştir. Dezavantajlı gruplar, kadınlar ve engelliler için özel spor programları uygulanmaktadır. Örneğin, Sport England’ın *This Girl Can* kampanyası, kadınların spora katılımını artırmaya yönelik önemli bir adım olarak öne çıkmaktadır (Coalter, 2007).

Türkiye’de ise kırsal bölgelerde yaşayan bireylerin sportif hizmetlere erişimi sınırlı kalmaktadır. Büyükşehirlerde spor tesisleri daha yaygınken, kırsal alanlarda bu hizmetlerin yetersiz olduğu görülmektedir (Güler & Yaman, 2023). Ayrıca, kadınlar ve çocuklar için spor programlarının yaygınlaştırılması konusunda daha fazla çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

Toplumsal Katılım ve Entegrasyon

Spor, İngiltere’de toplumsal katılımı artırmak ve sosyal entegrasyonu sağlamak için stratejik bir araç olarak kullanılmaktadır. Londra Olimpiyatları sonrası hayata geçirilen Legacy Program, topluluk sporlarını teşvik ederek hem fiziksel aktiviteyi artırmayı hem de sosyal bağları güçlendirmeyi hedeflemiştir (Gratton et al., 2006).

Türkiye’de ise spor genellikle bireysel sağlık ve başarı odaklı bir şekilde ele alınmaktadır. Yerel yönetimlerin düzenlediği spor etkinlikleri, toplulukları bir araya getirme konusunda henüz yeterli etkinliğe sahip değildir. Ancak, özellikle genç nüfus için düzenlenen spor festivalleri ve okullarla yapılan iş birlikleri, bu konuda olumlu adımlar olarak değerlendirilebilir.

Başarılar ve Eksiklikler

İngiltere’nin yerel yönetimleri, sporun sosyal faydalarını artırma ve geniş kitlelere ulaştırma konusunda başarılı uygulamalar sergilemektedir. Ancak, özellikle ekonomik daralmalar sırasında bütçe kısıtlamaları nedeniyle sportif hizmetlerin sürdürülebilirliği zaman zaman risk altına girmektedir (Houlihan, 2013).

Türkiye’nin en büyük avantajlarından biri, genç nüfusun oranıdır. Bu potansiyel, sportif hizmetlerin geliştirilmesi için büyük bir fırsat sunmaktadır. Ancak, altyapı eksiklikleri ve kırsal alanlardaki eşitsizlikler, bu potansiyelin tam anlamıyla değerlendirilmesini engellemektedir (Zengin & Öztaş, 2008).

Kaynakça

- Alaeddinoğlu, V. (2024). Amatör Sporun Gelişmesinde Belediyeler Spor Liginin Önemi. *Uluslararası Gelişim Akademi Dergisi*, 1(5), 25-33.
- Coalter, F. (2007). *A wider social role for sport: Who's keeping the score?* Routledge.
- Güler, E., & Yaman, M. (2023). Türkiye'de Yerel Yönetimler ve Spor Politikaları. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(28), 40-56.
- Gratton, C., & Taylor, P. (2000). *Economics of sport and recreation*. Spon Press.
- Gratton, C., Shibli, S., & Coleman, R. (2006). The Economic Impact of Major Sports Events: A Review of Ten Events in the UK. *The Sociological Review*, 54(2_suppl), 41-58. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2006.00652.x>
- Houlihan, B. (2012). *Sport, policy, and politics in Britain*. Routledge.
- Zengin, E., & Öztaş, C. (2008). Yerel yönetimler ve spor. *Journal of Social Policy Conferences* 55, 49-78.
- Talimciler, A. (2010). Yerel yönetimlerin spor hizmetleri. *Toplum ve Spor Dergisi*, 2(1), 45-60.

Beden Eğitimi ve Sporda Akademik Araştırmalar

Editörler:

Doç. Dr. Vahdet ALAEDDİNOĞLU

Dr. Öğrt. Buket Sevindik AKTAŞ

Öğr. Gör. Elanur SİNER

 **ÖZGÜR**
YAYINLARI

ISBN 978-625-5958-12-9

9 786255 958129