

**EKSTREM SPOR TÜKETİM  
GÜDÜLERİNİN TÜRKİYE'DEKİ  
EKSTREM SPOR KATILIMCILARININ  
ALGILADIKLARI DEĞERE,  
ALGILADIKLARI TATMİNE VE  
DAVRANIŞSAL NİYETLERİNE ETKİSİ**

**Kerem Yıldırım ŞİMŞEK**

Doktora Tezi

**EKSTREM SPOR TÜKETİM  
GÜDÜLERİNİN TÜRKİYE'DEKİ EKSTREM  
SPOR KATILIMCILARININ  
ALGILADIKLARI DEĞERE,  
ALGILADIKLARI TATMİNE VE  
DAVRANIŞSAL NİYETLERİNE ETKİSİ**

**Kerem Yıldırım ŞİMŞEK**

Doktora Tezi

**ANADOLU ÜNİVERSİTESİ**

Sağlık Bilimleri Enstitüsü

Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı

Eskişehir, Haziran2011

**Tez Danışmanı : Doç. Dr. Metin ARGAN**

Bu tez çalışması, Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonu tarafından desteklenmiştir (Proje No: 1001S21)

## ÖZGEÇMİŞ

### Bireysel Bilgiler

Adı ve soyadı : Kerem Yıldırım ŞİMŞEK  
Doğum tarihi ve yeri : 30-07-1977 Samsun  
Uyruğu : T.C.  
Medeni durumu : Evli  
Adres : Anadolu Üniversitesi Eylül Kampüsü BESYO  
Tel : 05316115424  
e-posta : keremys@anadolu.edu.tr

### Eğitim Durumu

İlköğretim : Samsun Gülsüm Sami Kefeli İlköğretim Okulu  
Lise : Samsun Namık Kemal Lisesi  
Lisans :Anadolu Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor  
Yüksekokulu, 07/07/2000  
Yüksek Lisans : Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Ana Bilim Dalı,  
12/08/2005  
Yabancı dil : İngilizce

### Yayınlar

- 1) Şimşek, K., Y., Argan, M., "Spor Endüstrisinin Yeni Dünya Pazarı Ekstrem Sporlar", The International Congress of Sports For All and Sport Tourism, P-60, 05-08 November Antalya-Kemer 2009., 23/12/2009
- 2) ERKAN, M., ŞİMŞEK, K., Y., BEBER, S., TEREKLİ, M., S., "Rekreatif etkinlik olarak sualtı sporuna katılımın arttırılmasında emniyetin önemi", III. Akdeniz Spor Bilimleri Kongresi, s. 107, 27-29 Ekim 2002, 13/06/2009
- 3) Munusturlar S., Çelik V.O. ve Şimşek K.Y., " Investigation of Hopeleness Levels of Prospective Students In School of Physical Education and Sport", 5. International Scientific

Conference on Kinesiology: Kinesiology Research Trends And Applications, p. 1007, Zagreb, Croatia, 10-14 September, 2008., 10/05/2009

4) ŞİMŞEK, K., Y., “Study on the evaluation of parents’ opinions a to the sport orientation of children”., 2nd ICPAPH International Congress on Physical and Public Health, p.287, Amsterdam, The Netherlands, April 13-16, 2008, 07/05/2009

5) KATIRCI, H., ŞİMŞEK, K., Y., “The Factors which are affect sport fan motivation” 2nd ICPAPH International Congress on Physical and Public Health, p.287, Amsterdam, The Netherlands, April 13-16, 2008, 05/05/2009 :

## ÖNSÖZ

Teknolojik ve ekonomik gelişmeler spor olgusunu farklı yönlerden etkilemiştir. Özellikle gelişmiş ekonomilere sahip ülkelerin her birinde spor; büyük bir endüstri haline dönüşmüştür. Dolayısıyla bireylerin spor bakış açısında önemli değişiklikler meydana gelmiş ve gelişen spor endüstrileşmesiyle birlikte spor etkinliklerinde de farklılaşmalar ortaya çıkmıştır. Bu farklılaşmanın en göze çarpan yanı ise Ekstrem sporların bu farklılaşmaya sağladığı katkıdır. Ekstrem sporlar, bireye yüksek risk algısı, yüksek konsantrasyon, heyecan ve macera duygularını üst düzeyde yaşatmasıyla, diğer spor türlerinden kendisini ayıran önemli özelliklere sahiptir. Ekstrem sporlar özgürlük eğiliminin yanı sıra farklı bir yaşam biçimini yaşatma konusunda oldukça başarılıdır. Ekstrem sporların bu özellikleri göz önüne alındığında hızla değişen dünyaya ayak uydurmaya çalışan insanoğlu spordaki bu değişim karşısında da seçimini uyumdan yana kullanacağı şüphesizdir.

Ekstrem sporlar, dünya spor endüstrisi içerisinde gelişimini ve değişimini hızla devam ettirmektedir. Ancak, bu gelişime ve değişime katkı sağlayacak en önemli özelliklerden biri ekstrem sporlarla ilgili yapılan bilimsel çalışmalardır. Ülkemizde ekstrem sporların daha yeni tanınıyor ve uygulanıyor olması bu spor türleriyle ilgili bilgi yetersizliğini ön plana çıkarmaktadır. Dolayısıyla, ülkemizde var olan ekstrem sporcularla ve ekstrem spor branşları ile ilgili bilimsel bilginin yetersizliği alan içerisinde çalışılmasını güçleştirmektedir. Gerçekleştirilen bu çalışmanın temel amaçlarında biri ülkemizde var olan ekstrem spor branşları ve katılımcılarının bilgi düzeyleri, tutumları, niyetleri ve deneyim durumları hakkında genel olarak bilimsel bir bilginin ortaya koyulmasıdır. Bu amaç doğrultusunda ülkemizde var olan ekstrem spor katılımcılarının bu tür sporlara katılım nedenlerini ve bu nedenlerin spor tüketicisi olarak tüketim davranışlarına olan etkisi, çalışma kapsamı içerisinde ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümde ekstrem spor kavramı, ekstrem sporların gelişimi ve ekstrem spor türleri açıklanmıştır. İkinci bölümde ekstrem spor katılımında güdülenme davranışına, sosyal faktörlere, demografik faktörlere, heyecan ve macera arama faktörlerine, değerler ve yaşam biçimi faktörlerine ve ekstrem spor katılımcılarının spor tüketim faktörlerine ilişkin kuramsal modele yer verilmiştir. Üçüncü bölüm spor tüketicisinin

algıladığı değer, algıladığı tatmin ve davranışsal niyetleri ile ilgilidir. Dördüncü bölüm ekstrem sporu güdüleyen faktörlere ilişkin ölçeğin geliştirilmesi ile ilgili süreci açıklamaktadır. Tezin son bölümü olan beşinci bölümünde Türk ekstrem sporcularına yönelik bir araştırma bulunmaktadır.

Araştırmanın teşviki, planlanması, yürütülmesi ve yazım aşamalarında yardım ve desteğini esirgemeyen, zoru göstererek beni güdüleyen tez danışmanım sayın Doç. Dr. Metin ARGAN'a; tez izleme ve tez savunma jürilerinde bana bilgi ve tecrübeleri ile yol gösteren sayın prof. Dr. Güven SEVİL'e, sayın Prof. Dr. Nazmi KOZAK'a, sayın Prof. Dr. Özkan TÜTÜNCÜ'ye ve sayın Doç. Dr. N. Serdar SEVER'e; araştırma verilerinin değerlendirilmesinde bana destek olan sayın Prof. Dr. Kazım ÖZDAMAR ve Doç. Dr. Canan BAYDEMİR'e; tez çalışması kapsamındaki araştırmanın gerçekleştirilmesinde vermiş olduğu destekle Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi'ne; araştırmanın gerçekleştirildiği ekstrem spor tesislerinin yöneticilerine; tez çalışmasının her aşamasında her anlamda desteğini esirgemeyen eşim Deniz şİMşEK'e; çok teşekküredirim.

Kerem Yıldırım şİMşEK

## ÖZET

# EKSTREM SPOR TÜKETİM GÜDÜLERİNİN TÜRKİYE'DEKİ EKSTREM SPOR KATILIMCILARININ ALGILADIKLARI DEĞERE, ALGILADIKLARI TATMİNE VE DAVRANIŞSAL NİYETLERİNE ETKİSİ

KEREM YILDIRIM ŞİMŞEK

Anadolu Üniversitesi  
Sağlık Bilimleri Enstitüsü  
Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Metin ARGAN

2011

Ekstrem sporların ortaya çıkışı dünya spor endüstrisinin en önemli gelişim örneklerinden birini temsil etmektedir. Ekstrem spor endüstrisinde tüketici özelliklerini bilmek ve bu özelliklere göre yeni pazar politikaları oluşturmak bu endüstrinin gelişimine katkı sağlayacak faktörlerin başında gelmektedir. Bununla birlikte, ekstrem spor katılımını sağlayacak güdülerin ortaya konulması ve ekstrem spor tüketicisinin davranış farklılıklarının belirlenmesi dünya spor endüstrisi içerisinde ekstrem spor pazarı segmentinin sınırlarının çizilmesine yarar sağlayacaktır.

Bu tez beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ekstrem spor kavramı, ekstrem sporların gelişimi ve ekstrem spor türleri açıklanmıştır. İkinci bölümde ekstrem spor katılımında güdülenme davranışına, sosyal faktörlere, demografik faktörlere, heyecan ve macera arama faktörlerine, değerler ve yaşam biçimi faktörlerine ve ekstrem spor katılımcılarının spor tüketim faktörlerine ilişkin kuramsal modele yer verilmiştir. Üçüncü bölüm spor tüketicisinin algıladığı değer, algıladığı tatmin ve davranışsal niyetleri ile ilgilidir. Dördüncü bölüm ekstrem sporu güdüleyen faktörlere ilişkin ölçeğin geliştirilmesi ile ilgili süreci açıklamaktadır. Tezin son bölümü olan beşinci bölümünde Türk ekstrem sporcularına yönelik bir araştırma bulunmaktadır. Araştırma, Türk ekstrem sporcularının spor tüketim davranışını belirlemeye odaklanmıştır. Bu çalışmanın örneklemini Ankara, İstanbul, Kocaeli, İzmir, Adana, Samsun, Eskişehir/İnönü, Muğla/Marmaris-Fethiye-Bodrum, Antalya/Alanya-

Kemer, İzmir/Alaçatı-Çeşme, Sakarya/Adapazarı, illerinde ve ilçelerinde araştırmacı tarafından belirlenmiş olan ekstrem spor tesislerinde ekstrem spor yapan bireyler araştırma kapsamına alınmıştır. Çalışmada, Türk ekstrem sporcularının tutum ve davranış farklılıklarını açıklamak üzere bir ölçek kullanılmıştır. Ölçek üç bölümden oluşmaktadır. Verilerin analiz edilmesi için N-VIVO, SPSS 18.0 ve LISREL 8.80 paket programlarından yararlanılmıştır. Tanımlayıcı istatistikte frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma hesaplanmıştır. Ölçeğin geçerlik ve güvenilirliğinin sağlanması için Cronbach Alpha Katsayısı'ndan, Açıklayıcı Faktör Analizi'nden, Korelasyon Analizi'nden ve Doğrulayıcı Faktör Analizi'nden yararlanılmıştır. Ekstrem spor tüketimi ile ilgili boyutların keşfedilmesinde Açıklayıcı Faktör Analizi, boyutlarla ilgili örneklem farklılıklarının belirlenmesinde T-Testi ve ANOVA Analizi kullanılmıştır. Ekstrem spor tüketim modelinin oluşturulmasında ölçüm modellerinin testi için Doğrulayıcı Faktör Analizi, oluşturulan modelin testi için Yol Analizi'nden yararlanılmıştır.

Elde edilen bulgular, ekstrem spor tüketim davranışını açıklayabilmeye yönelik sınanan modelin nedenselliği tarif etme uygunluğunu sergilediği bulunmuştur. Ekstrem spor tüketim davranışı gizil değişkenlerle model içerisinde; değerler, heyecan ve macera arama, sosyalleşme, fiziksel fitness, stres atma, algılanan değer, algılanan tatmin ve davranışsal niyetler değişkenleriyle açıklanabilmektedir. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar, spor pazarlayıcılarına spor endüstrisi içerisindeki ekstrem spor pazar segmentini oluşturan tüketici özelliklerini nasıl yorumlamaları gerektiği konusunda önemli çıkarımlar sağlamaktadır.



## ABSTRACT

# THE IMPACT OF THE EXTREME SPORTS CONSUMPTION MOTIVES ON THE PERCEIVED VALUE, PERCEIVED SATISFACTION AND BEHAVIORAL INTENTIONS OF THE EXTREME SPORT PARTICIPANTS IN TURKEY

KEREM YILDIRIM ŞİMŞEK

Anadolu University  
Institute of Health Sciences  
Physical education Majore Branch

Supervisor: Doç. Dr. Metin ARGAN

2011

The emergence of the extreme sports stands for one of the most significant examples of development in the global sports industry. Being aware of the characteristics of the consumers in the extreme sports industry and creating up new marketing policies by taking those characteristics into consideration are the two primary factors that will contribute to the development of this industry. In addition to this, by putting forward the motives in order to provide more participation in the extreme sports and identifying different behaviors of the extreme sports consumers, the lines belonging to the segment of its marketing in the global sports industry will become visible.

This thesis comprises of five parts. In the first one, the concept of extreme sports, its development and its types have been pointed out. In the second part, the motivational behavior in the participation in extreme sports, such factors as social, demographic, the ones seeking enthusiasm and adventure and also factors like values, ways of life and consumption of the extreme sports doers have been discussed. The third part is about the value, satisfaction and behavioral intentions an extreme sport doer perceives. The fourth part explains the process during which the scale related to the factors motivating the extreme sports is developed. The last part of this thesis covers a research over the Turkish extreme sports practitioners. This research is mainly focused on determining the sports consumption

behaviors of the extreme sportsmen. The sample of this research has been taken to coverage under the research conducted over the people doing sports in the extreme sports facilities defined by the researcher in the provinces and districts like Ankara, İstanbul, Kocaeli, İzmir, Adana, Samsun, Eskişehir / İnönü, Muğla / Marmaris-Fethiye-Bodrum, Antalya / Alanya-Kemer, İzmir / Alaçatı-Çeşme, Sakarya / Adapazarı. A scale has been used to explain the attitudinal and behavioral differences among the Turkish extreme sportsmen within this study. The scale consists of three parts. So as to analyze the data, packet software like N-VIVO, SPSS 18.0 and LISREL 8.80 has been made use of. In the descriptive statistics the frequency, percentage, average and standard deviation have been calculated. Moreover, Cronbach's Alpha Formula, Explanatory Factor Analysis, Correlation Analysis and Confirmatory Factor Analysis have been used to provide the effectiveness and security of the scale. In the process of finding out the dimensions about the extreme sports consumption, Explanatory Factor Analysis has been taken up and T-Test and ANOVA Analysis have been used as tools for identifying the differences in samples belonging to these dimensions, as well. Besides these, throughout the formation of the model for the extreme sports consumption, Confirmatory Factor Analysis for testing the measurement model and Path Analysis for testing the model formed have been utilized.

The findings at hand have shown that the model tested to be able to explain the behavior of the extreme sports consumption conforms to the description of causality. The behavior of the extreme sports consumption has been able to be clarified within the model along with latent variables and also with variables like values, enthusiasm and adventure seeking, socialization, physical fitness, stress-reduction, perceived value, perceived satisfaction and behavioral intentions. The results taken from this research provide the sports marketers with important inferences from the way they need to interpret the characteristics of the consumers that make up the segment of the extreme sports marketing in the sports industry.

<b>ÖZGEÇMİŞ</b> .....	i
<b>ÖNSÖZ</b> .....	iii
<b>ÖZET</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	ix
<b>TABLolar DİZİNİ</b> .....	xiv
<b>ŞEKİLLER DİZİNİ</b> .....	xv
<b>GRAFİK DİZİNİ</b> .....	xv
<b>GİRİŞ VE AMAÇ</b> .....	1

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **EKSTREM SPOR**

<b>1. EKSTREM SPOR KAVRAMI</b> .....	2
<b>2. EKSTREM SPORLARIN GELİŞİMİ</b> .....	4
<b>3. EKSTREM SPOR TÜRLERİ</b> .....	9
3.1. Hava Sporları.....	9
3.1.1. Serbest Atlayış .....	9
3.1.2. Elastik İp Atlayışı (Bungee Jumping).....	10
3.1.3. Delta/Yelken Kanat.....	11
3.1.4. Gökyüzü Dalışı (Sky Diving).....	12
3.1.5. Gökyüzü Sörfü (Sky Surfing).....	13
3.1.6. Yamaç Paraşütü.....	14
3.2. Kara Sporları.....	15
3.2.1. Kaya Tırmanışı.....	15
3.2.2. Agresif Paten.....	16
3.2.3. Bmx.....	17
3.2.4. Ekstrem Motokros.....	18
3.2.5. Dağ Bisikleti.....	19
3.2.6. Dağ Sörfü (Mountainboarding/Mountainsurfing).....	20
3.2.7. Kay Kay.....	21
3.2.8. Kar Sörfü (Snowboarding/Snowsurfing).....	21

3.2.9. Parkur/Serbest Koşu.....	22
3.3. Su Sporları.....	23
3.3.1. Çıplak Ayak Su Kayağı.....	24
3.3.2. Su kayağı.....	24
3.3.3. Rüzgar Sörfü.....	25
3.3.4. Serbest Dalış.....	26
3.3.5. Uçurtma Sörfü.....	27
3.3.6. Uçurum Dalışı.....	28
3.3.7. Su Sörfü (Wakeboarding/Wakesurfing).....	29

## İKİNCİ BÖLÜM

### EKSTREM SPORLARA KATILIM FAKTÖRLERİ

<b>1. SPORA KATILIMINDA GÜDÜLENME DAVRANIŞI.....</b>	<b>31</b>
1.1. GÜDÜLENMEYE İLİŞKİN KAVRAMLAR VE SINIFLANDIRILMASI.....	31
1.2. Genel GÜDÜLENME KURAMLARI.....	34
1.3. Sporda GÜDÜLENME .....	36
1.3.1. İçsel GÜDÜLENME.....	38
1.3.2. Dışsal GÜDÜLENME.....	39
1.3.3. AğüDÜLENME.....	39
1.3.4. Genel Katılım ve Seyirci GÜDÜLENMESİ.....	40
1.4. Ekstrem Sporlara Tüketimini Etkileyen GÜDÜLER.....	42
<b>2. SOSYAL FAKTÖRLER.....</b>	<b>44</b>
<b>3. DEMOGRAFİK FAKTÖRLER.....</b>	<b>47</b>
<b>4. HEYECAN VE MACERA ARAMA FAKTÖRLERİ.....</b>	<b>48</b>
4.1. Zevk/Haz Alma.....	49
4.2. Risk.....	50
4.2.1. Ekstrem Sporlarda Risk Alma Davranışı.....	51
4.2.2. Ekstrem Sporlarda Risk Eğilimi.....	52
4.2.3. Ekstrem Sporlarda Risk Algısı.....	53
<b>5. DEĞERLER VE YAŞAM BİÇİMİ FAKTÖRLERİ.....</b>	<b>54</b>
<b>6. EKSTREM SPOR KATILIMCILARININ SPOR TÜKETİM FAKTÖRLERİNE İLİŞKİN KURAMSAL MODEL.....</b>	<b>56</b>

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### SPOR TÜKETİCİSİNİN ALGILADIĞI DEĞERİ, ALGILADIĞI TATMİNİ VE DAVRANIŞSAL NİYETLERİ

1. SPOR TÜKETİCİSİNİN ALGILADIĞI DEĞER.....	64
2. SPOR TÜKETİCİSİNİN ALGILADIĞI TATMİN .....	65
3. SPOR TÜKETİCİSİNİN DAVRANIŞSAL NİYETLERİ .....	69

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### EKSTREM SPORU GÜDÜLEYEN FAKTÖRLERE İLİŞKİN ÖLÇEĞİN GELİŞTİRİLMESİ

1. EKSTREM SPOR TÜKETİM ÖLÇEĞİ.....	75
1.1. Yapıları Belirleme.....	76
1.1.1. Sosyalleşme (Aidiyet, Arkadaşlık) .....	77
1.1.2. Heyecan ve Macera Arama (Risk Alma Arzusu, Heyecan Arama, Zevk/Haz).....	78
1.1.3. Değerler (Özgürlük, Özgüven, Eğlence, Farklılık Arayışı) .....	79
1.1.4. Fiziksel Fitnes.....	81
1.1.5. Stres Atma.....	82
1.2. Ölçek İfadelerini Belirleme.....	82
1.2.1. Ekstrem Spor Ortamındaki Bireylerin Gözlemlenmesi.....	83
1.2.2. Odak Grup Görüşmeleri.....	83
1.3. Pilot Çalışma Verilerinin Toplanması.....	90
1.4. Ölçek Sadeleştirme.....	90

## BEŞİNCİ BÖLÜM

### ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

<b>1. ARAŞTIRMANIN KONUSU</b> .....	95
<b>2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ</b> .....	96
<b>3. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI</b> .....	97
<b>4. ARAŞTIRMANIN AMACI</b> .....	98
4.1. Araştırmanın Problemi.....	99
4.2. Araştırmanın Hipotezleri.....	101
<b>5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ</b> .....	108
5.1. Araştırmanın Modeli.....	108
5.2. Araştırmada Kullanılan Değişkenler.....	108
5.3. Evren ve Örneklem.....	109
5.4. Veri Toplama Yöntemleri.....	110
5.5. Anketin Geçerliliği ve Güvenirliği.....	111
5.6. Ölçüm Düzeyleri.....	111
5.7. Veri Analiz Yöntemleri.....	112
5.7.1. Tanımlayıcı İstatistikler.....	112
5.7.2. Varyans Analizi (T-Testi ve ANOVA).....	112
5.7.3. Açıklayıcı Faktör Analizi.....	113
5.7.4. Korelasyon Analizi.....	115
5.7.5. Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	115
5.7.6. Yapısal Eşitlik Modellemesi.....	117
<b>6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI</b> .....	128
6.1. Araştırma Kapsamında Gerçekleştirilen Tanımlayıcı İstatistikler.....	128
6.1.1. Ekstrem Spor Katılımcılarının Demografik Özelliklerinin Tanımlayıcı İstatistikleri.....	128
6.1.2. Ekstrem Spor Katılımcılarının Kişisel Özelliklerinin Tanımlayıcı İstatistikleri.....	129
6.1.3. Ekstrem Spor Katılımcılarının Diğer Ekstrem Spor Branşlarını Yapma ve Ekstrem Spor Yaptıkları Alanları Kullanma Sıklıklarının Tanımlayıcı İstatistikleri.....	132
6.2. Ekstrem Spor Tüketimine İlişkin Boyutların Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA).....	136
6.3. Ekstrem Spor Tüketim Ölçeğinin Boyut Korelasyon Bağıntısı.....	139
6.4. Ekstrem Spor Tüketimine İlişkin Boyutların Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA).....	139

6.5. Geçerlik ve Güvenirlik.....	146
6.6. Ekstrem Spor Tüketimine İlişkin Modelin Testi (YEM).....	149
6.6.1. Yol Analizi.....	149
6.6.2. Sınanan Modelin T- Değerleri.....	149
6.6.3. Yapısal Model.....	153
6.6.4. Oluşturulan Modelin Uyum İyiliği İndeksleri.....	155
6.6.5. Modele İlişkin Değerlendirmeler.....	157
6.7. Ekstrem Spor Tüketim Faktörlerinin Demografik Özelliklere Göre Faklılaşma Durumu (T-Testi, ANOVA).....	172
<b>7. TARTIŞMA VE SONUÇ</b> .....	183
<b>8. ÖNERİLER</b> .....	197
8.1. Uygulayıcılara Yönelik Öneriler.....	197
8.2. Gelecekteki Araştırmalara Yönelik Öneriler.....	198
<b>9. EKLER LİSTESİ</b> .....	199
9.1. Ek 1: Odak Grup Görüşmelerinin İfade Örnekleri ve Nvivo Analizi Sonuçları.....	199
9.2. Ek 2: Çalışmada Uygulanan Anket Formu.....	208
<b>10. KAYNAKÇA</b> .....	215

## TABLolar DİZİNİ

- Tablo 1: Gökyüzü Dalışı Branşının Uluslararası Uygulama ve Eğitim Fiyatları
- Tablo 2: Uçurtma Sörfü Branşının Uluslararası Eğitim Fiyatları
- Tablo 3: Güdüleme ile İlgili Kuramların Hedef ve Katkıları
- Tablo 4: Rockeach'in Değerler Listesi
- Tablo 5: İkilik Taraftar Tipolojisi
- Tablo 6: Sıralı Taraftar Tipolojisinde Genel Unsurlar
- Tablo 7: Spor Tüketiminde Çoklu Boyut Yaklaşımları
- Tablo 8: Yüksek Özsaygıya ve Düşük Özsaygıya Sahip Olan Bireylerin Tanımlanması
- Tablo 9: Odak Grubun Demografik Özellikleri
- Tablo 10: Odak Grup Görüşmelerinde Katılımcılara Yöneltilen Sorular
- Tablo 11: NVIVO 8.0 Paket Programı ile Oluşturulan Temalar ve Kodlar
- Tablo 12: Ekstrem Spor Tüketim Ölçeğine İlişkin Belirlenen İlk İfadeler ve Alt Boyutlar
- Tablo 13: Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları (AFA)
- Tablo 14: Ekstrem Spor Katılım Ölçeği
- Tablo 15: Ekstrem Spor Tüketim Davranışı Ölçeği
- Tablo 16: Türkiye'de Ekstrem Spor Branşlarının Uygulandığı İl/İlçeler
- Tablo 17: Path Diyagramı için Ölçme Modeli Eşitlikleri
- Tablo 18: Model Uyum Değerleri ve Standart Uyum Ölçütleri
- Tablo 19: Araştırmaya Katılan Örneklem Grubunun Demografik Özelliklerinin Tanımlayıcı İstatistik Bulguları
- Tablo 20: Örneklem Grubu Kişisel Özelliklerinin Tanımlayıcı İstatistik Bulguları
- Tablo 21: Örneklem Grubunun Diğer Ekstrem Spor Branşlarını Yapma ve Ekstrem Spor Yaptıkları Alanları Kullanma Sıklıklarının Tanımlayıcı İstatistik Bulguları
- Tablo 22: Ekstrem Spor Tüketim Ölçeği'nin Faktör Analizi Sonuçları
- Tablo 23: Ekstrem Spor Tüketim Ölçeği Boyutlarının Korelasyon Bağıntısı Bulguları
- Tablo 24: Dışsal Değişkenlerden Oluşan Ölçme Modeline İlişkin Değerler
- Tablo 25: İçsel Değişkenlerden Oluşan Ölçme Modeline İlişkin Değerler
- Tablo 26: Oluşturulan Modele İlişkin Uyum İyiliği İndeksleri Analiz Bulguları
- Tablo 27: Ekstrem Spor Tüketim Faktörlerinin Ekstrem Sporcuların Cinsiyetlerine Göre Farklılaşma Durumu
- Tablo 28: Ekstrem Spor Tüketim Faktörlerinin Ekstrem Sporcuların Hane Gelirlerine Göre Farklılaşma Durumu



Tablo 29: Ekstrem Spor Tüketim Faktörlerinin Ekstrem Sporcuların Yaşlarına Göre Farklılaşma Durumu

Tablo 30: Ekstrem Spor Tüketim Faktörlerinin Ekstrem Sporcuların Branşlarına Göre Farklılaşma Durumu

## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1: Milne ve Mcdonald'ın Spor Tüketim Güdöleyicileri

Şekil 2: Ko, Park ve Claussen'nin Ekstrem Spor Tüketim Güdöleyicileri

Şekil 3: Yaşam Biçimi ve Tüketici Davranışı

Şekil 4: Sporda Tüketici Davranış Modeli

Şekil 5: Ekstrem Spor Tüketim Modeli

Şekil 6: Beklentiler Uyum Modeli

Şekil 7: Tüketici Değerinin Satın Alma Sonrası Davranışsal Niyetleri Üzerinde Doğrudan Etkisi

Şekil 8: Tüketici Değerinin Satın Alma Sonrası Davranışsal Niyetleri Üzerinde Tüketici Tatmini Yoluyla Doğrudan Etkisi

Şekil 9: Ölçek Geliştirme Süreci

Şekil 10: Kuramsal Model

Şekil 11: LISREL Notasyonu ile Path Diyagramı

Şekil 12: Ölçme Modeline İlişkin Standardize Edilmiş Çözümleme Değerleri

Şekil 13: Ölçme Modeline İlişkin Standardize Edilmiş Çözümleme Değerleri

Şekil 14: Sınanan Modele İlişkin T-Değerleri

Şekil 15: Tüm Modele İlişkin Path Diyagramı Sonuçları

Şekil 16: Kabul Edilen Kuramsal Model

Şekil 17: Ekstrem Spora Katılım Güdüsü Modeli (NVIVO)

## GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik 1: Özdeğer Çizgi Grafiği (Scree plot)

## GİRİŞ

Teknolojik ve ekonomik gelişmeler spor kavramını farklı yönlerden etkilemektedir. Özellikle gelişmiş ekonomilere sahip ülkelerin her birinde spor; büyük bir endüstri haline dönüşmüştür. Dolayısıyla bireylerin spor bakış açısında önemli değişiklikler meydana gelmiş ve gelişen spor endüstrileşmesiyle birlikte spor etkinliklerinde farklılaşmalar ortaya çıkmıştır. Bu farklılaşmanın göze en çarpan yanı da ekstrem sporların bu farklılaşmaya sağladığı katkıdır. Ekstrem sporlar, bireye yüksek risk algısı, yüksek konsantrasyon, heyecan ve macera duygularını üst düzeyde yaşatmasıyla, diğer spor türlerinden kendisini ayıran önemli özelliklere sahiptir. Ekstrem sporlar özgürlük eğiliminin yanı sıra farklı bir yaşam biçimini yaşatma konusunda oldukça başarılıdır. Ekstrem sporların bu özellikleri göz önüne alındığında, hızla değişen dünyaya ayak uydurmaya çalışan insanoğlunun spordaki bu değişim karşısında seçimini uyumdan yana kullanacağı ifade edilebilir. Ekstrem sporlar doğası gereği tüm dünyada gün geçtikçe popülerleşmektedir. Meydanın desteği ve popülerliğinin vermiş olduğu güçle birlikte ilgi görmeye ve toplumun tüm kesimlerinde benimsenmeye başlamıştır. İnsanoğlunun farklılaşma, yenilik ve değişim isteğinin oluşturmuş olduğu çekim alanı spor endüstrisini de içine çekmektedir. Spor endüstrisi bu farklılaşma, yenilik ve değişim süreci karşısında ekstrem spor olgusunu ortaya çıkarmıştır. İnsanoğlunun vazgeçemediği bu duygular, her alanda olduğu gibi spor endüstrisi karşısında da galip gelmiştir. Tüm dünyada varlığını kanıtlamış olan ekstrem sporların, spor endüstrisinin gelişmesine, farklılaşmasına, yenilenmesine ve değişmesine katkı sağlayacağı ve öncülük edeceği söylenebilir. Spor endüstrisinin yeni yüzü ekstrem spor potansiyelinin farkına varılması ve ülke çapında geliştirilmesi Türk spor endüstrisinin önemli görevleri arasında yer almalıdır. Bu görev doğrultusunda gerçekleştirilen bu tez çalışmasında ortaya konan verilerin Türk spor endüstrisindeki ekstrem spor pazarının oluşturulmasında yararlı bilgiler sağlayacağı düşünülmektedir. “Ekstrem Spor Tüketim Güdülerinin Türkiye’deki Ekstrem Spor Katılımcılarının Algıladıkları Değere, Algıladıkları Tatmine ve Davranışsal Niyetlerine Etkisi” adlı çalışmanın birinci bölümünde, ekstrem spor kavramı, ekstrem sporun gelişimi, ekstrem spor türleri ve ekstrem spor ve risk ilişkisine yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde, ekstrem sporlara katılım faktörlerine ilişkin kavramsal çerçeve ortaya konulmuştur. Çalışmanın dördüncü bölümünde gerçekleştirilen spor branşından algılanan duygusal değer, algılanan tatmin ve davranışsal niyetler ile ilgili literatüre yer verilmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise, araştırmanın konusu, amacı, önemi, sınırlılıkları, yöntemi, bulguları, tartışma sonuçları ve önerileri bulunmaktadır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## EKSTREM SPOR

### 1. EKSTREM SPOR KAVRAMI

Spor, varoluşundan bu güne kadar geçirdiği süreçte insanlığın ilgi alanına girmeyi başarmış ve ana uğraşlarından birisi olmuştur. 19 yy. sonrası kentleşme, kent kirliliği, yabancılaşma, küreselleşme, yetki ve güç paylaşımı, sosyal olmayan davranışların yaşantıyı etkiler hale gelmesi, farklı alternatif ortamların oluşturulması ve bulunması gibi gerçekler insanoğlunu farklı ortamlara yönlendirmiştir. Bu durum insanların doğaya olan ilgisini arttırmış ve giderek artan bir potansiyel hale dönüşmüştür. Doğal ortamlarda gerçekleştirilen etkinliklerin rekabet ortamına aktarılmasıyla ekstrem sporların popülerliği artmıştır. Rekabet sporlarına medyanın ve izleyicilerin ilgisinin artması ekstrem sporların çeşitli türlerinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Ekstrem sporlar sıradan olmayan, bazen bir kez tekrarlanan, içerisinde tehlike, mücadele ve macera barındıran rekreatif etkinliklerdir ([http 1](#)). Bu tür aktivitelere windsurfing, skydiving, sky surfing, BMX, mountainbiking, rock climbing, surfing, skateboarding, extreme skiing, mountain boarding, wakeboarding ve snowboarding örnek verilebilir. Fletcher (2008) ise, ekstrem spor branşlarından bir kaçının skydiving, skiing, rock climbing, hang gliding, mountaineering olduğunu belirtmiştir. Ekstrem sporlar havada, karada ve suda olmak üzere üç alanda gerçekleştirilmektedir. Bu alanda, ekstrem sporlar üç kategoriye göre sınıflandırılabilir.

1. Tipine Göre: Hava, Kara, Su,
2. Çevresine Göre: Doğal, Yapay,
3. Sporcuya Göre: Grup, Bireysel ([http2](#))

Bir çok ekstrem sporun uluslararası düzeyde yoğun bir yarışma trafiği bulunmaktadır. Bu sporların başarısının altında katılımcılarının zor bir sportif objeyi başarmaya çalışırken ölüm ve yaralanma olasılıklarının bulunması yatmaktadır. Ekstrem sporların takım takipçiliğinin aksine bireysellik eğiliminde olması katılımı sıklıkla en güçlü özellik olarak ortaya çıkarmaktadır. Teknolojik gelişmeler, yeni ekstrem sporların gelişiminde ve tanımlanmasında en önemli faktördür. Ekstrem sporlar genellikle 12-35 yaş arasında icra

edilmektedir. Ekstrem spor katılımcılarının çoğunu erkekler oluşturmaktadır. Ekstrem sporların birçoğu yüksek düzeyde fiziksel kondisyon özelliklerinin gerekliliği tarafından kısıtlanmamaktadır. Aksine, ekstrem sporlarda katılımcılar tarafından kullanılan tekniklerin üzerinde durulması daha önemlidir (http21). Ekstrem sporlar, gelişmiş ülkelerde 1960'lerden beri popülerliğini korumaktadır. Ekstrem sporlar ciddi yaralanmalarla ya da ölümlerle sonuçlanabilmektedir. Bu özelliklerinin yanında heyecan duygusu, risk, mücadele ve macera özellikleriyle, gelişen teknolojik çağın spor endüstrisinde insanoğlunun ilgisini sürekli üzerinde toplayabilmektedir (Fletcher, 2008: 310-330). Ekstrem sporlar nispeten sporun yeni bir formu ya da sıra dışı bireysel başarı ve kişisel benzersiz bir haz olarak tanımlanabilir (Rinehart ve Sydnor, 2003: 3). Ekstrem sporlar aslında takım sporlarından farklı olan tehlikelere, alışılmadık kurallara ya da tekniklere sahip olan bireysel sporlardır (Bennett ve ark., 2003: 95).

Geleneksel sporların tanımı ve ekstrem sporların kategorisi arasında zorlayıcı bir başka ayrım ise, geleneksel sporlarda önemli olan fiziksel (dayanıklılık, kas kuvveti, hız, güç ve esneklik) özelliklerin ekstrem sporlarda daha az öneme sahip olmasıdır. Başarılı bir ekstrem sporcusu, örneğin kaya tırmanıcısı vücudundaki her kasla ilişkili fiziksel özelliklerin tümüne sahip olmalıdır. Ekstrem sporlarda sporcular genellikle bireysel hareket ettikleri için resmi bir antrenöre ve antrenmana pek fazla yatkın değildirler. Geleneksel sporlar örneğin, Amerikan Futbolu ve Kriket'in oldukça fazla katı kurallarının ve katılımcılarının sadık olmasının yanında ekstrem sporlarda yaygın ve bireysel sporcuların tipik bir şekilde uyuma maruz kaldığı kurallar vardır. Ekstrem sporları geleneksel sporlardan ayıran bir başka özellik ise, sporcuların kullandıkları ekipmanlardır. Ekipmanların çoğunun çalışma stili basittir. Buna kayak, paten, snowboard gibi ekipmanlar örnek verilebilir. Su kayağı, bungee jumping gibi bazı branşlarda ise, ekipmanın basit bir parçası mekanik bir teçhizata bağlanarak kullanılabilir (http 21). Takım sporlarında kökleşmiş geleneksel değerler örneğin; işbirliği, takım çalışması, kişilik oluşumu ve grup mücadelesi gibi özellikler baskınken ekstrem sporlarda bu değerlerin aksinin yanıtılmasının yanı sıra şiddetli bireyselcilik, sıradışılık, meydan okuma ve bir dereceye kadar içten içe saldırganlık barındırma gibi özellikler de baskın olmaktadır. Ayrıca, ekstrem spor katılımcıları izleyicilere yeteneklerini gösterme ve onları taklit etmeleri için izleyicileri tahrik etme eğilimindedirler. Bu yüzden ekstrem spor katılımcıları tehlikeli ve yüksek hızda gözü pek akrobatik meziyetler ortaya koymaktadırlar. İlk zamanlarda, çoğu ekstrem spor güvenli olmayan karakterinden dolayı kanun dışı olarak bilinmekteydi fakat zaman geçtikçe kabul görmeye başlamıştır (http14).

Shannon ve Werner (2008), ekstrem sporlardan biri olan kay kay'ın Birleşik Devletler'de 11 milyon kullanıcısıyla en popüler ikinci spor olduğunu ve buna paralel olarak Kanada'da ise, kay kay parklarının sayısının 2005 yılında 450 adeti geçtiğini ifade etmektedirler. Bir başka popüler ekstrem spor branşı olan paten, rekreasyon ve ulaşım aracı olarak oldukça yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. 1992'den beri paten kullanıcılarında %300 artış sağlandığı ve araştırmalara göre 1996'da yaklaşık olarak 28.9 milyon paten kullanıcısı olduğu ve %35'inin bunu ulaşım amaçlı kullandığı rapor edilmiştir (http14).

## 2. EKSTREM SPORLARIN GELİŞİMİ

Başta Amerika ve Avrupa ülkeleri olmak üzere hızla yayılan ekstrem sporların Türkiye'de ilk olarak görüldüğü yıllar 1980'lerdir. Bu yıllarda Türkiye'de ilk görülen ekstrem spor branşı kay kay olarak bilinen skateboarding'dir. Dünyada ise, ekstrem sporların ilk ortaya çıkışı, kökenleri Polinezya'lılara dayanan ve Pasifik Adaları Kültürün'de yapılan sörf dayanmaktadır. On yedinci ve on sekizinci yüz yıllarda sörf Havai'de hem egemen kesimde hem de işçi sınıfında yaygın bir şekilde yapılmaya başlanmıştır. Sörf bu insanların özel yaşantısında, inancında, kutsal ritüellerinde ve güçlü sosyal kurallarında dahi yer almaktaydı. Ayrıca sörfü bu kadar benimseyen bu toplum hava muhalefetlerinin olduğu günlerde sörf yapamayınca, sörf tahtalarına tekerlek takarak boş vakitlerini değerlendirmeye başlamışlardı. Sörf tahtasının bu yeni hali günümüzde kullanılan Skateboard yani kay kay'ın da kökenini oluşturmaktadır. Zaman içerisinde oluşturulan bu spor türleri ekstrem sporların da kökenini temsil etmektedir (Tomlinson, 1994: 43).

Ekstrem sporlar katılımcılarının fayda arayışları kadar, aktivitelerin farklı demografik ve psikografik çekiciliğinin farkındalığından ve anlayışından dolayı sürekli bir şekilde gelişmektedir. Spor tüketicisinin *demografik özellikleri*, *psikografik özellikleri* (tüketicilerin psikolojik ve sosyolojik özellikleri) ve *spor katılımı davranışları* spor pazarlayıcıları için spor pazarındaki hedef pazar bölümlerinin daha anlaşılabilir olmasına olanak sağlamaktadır (Sport Sector Analysis Report, 2004/http17). Buna göre risk alma, başarıya duygusu, dışa dönüklük, sıra dışılık, komiklik ve eğlence gibi özellikler ekstrem spor deneyimlerine teşvik açısından hayati öneme sahiptirler. Gold Coast-Based Cult Industries Surfwear markasının CEO'su ve kurucusu Doug Spong, açıkça ekstrem spor organizasyonlarının başarı anahtarının psikografik özelliklerin dikkate alındığı organizasyon yapısının olduğunu ifade etmektedir (Shilbury ve ark. 2009: 81).

Küresel spor pazarına bakıldığında, ekstrem spor segmentinin sınırları açıkça belirlenemediği için boyutları tam olarak ölçülememektedir. Ancak tahmini olarak tüm macera seyahatleri pazarının yaklaşık %5'i olduğu belirtilmektedir. Bu oran yaklaşık olarak yılda 500.000 seyahate denk olduğu ifade edilmektedir. Bazı tur operatörleri 2000 yılından beri bu pazar segmentinin %20 oranında artış gösterdiğini rapor etmişlerdir (http13). Sporun dünya genelinde GSYİH (Gayri Safi Yurt İçi Hasıla) ve ev halkının harcamaları bakımından ekonomik önemi ülkeden ülkeye değişmektedir. Rapor edilen değerlere bakılacak olursa ev halkı harcamalarının, %2'den %2.5'e GSYİH içerisindeki sportif harcamaların %2'den %2.5'e, boş zaman harcamalarının %33'den %48'e yükseldiği rapor edilmiştir (Fernando ve Manuel, 200: 103-122).

Spor endüstrisi içerisinde, spor malzemeleri sektöründe ABD en büyük 11. endüstriye ve Kanada en büyük 10. endüstriye sahiptir. Bu iki ülkede çocukların, gençlerin ve ailelerinin tüketimi ülke ekonomilerinde büyük etkiye sahiptir (Government of Canada, 1998: 25; Meek, 1997: 15-21; Pitts ve Stolar, 1996: 35). 2000 yılında ABD'de spor malzemelerinin satın alınmasında, elbise ve sportif giysilerden kazanılan gelir 69.5 milyar dolar'dır. Kanada'da spor giysisi, ayakkabı ve ekipman harcaması 1996'da 4.36 milyar dolar iken 2001 yılına gelindiğinde bu oran 6.3 milyar Kanada Dolar'ına kadar ulaşmıştır (SGMA, 2001: 35). Spor endüstrisinin ve tarihte yönlendirilmiş en büyük jenerasyon olarak tarif edilen "Y" (genç kuşak) jenerasyonunun stratejik yeri, ABD'li ve Kanada'lı spor pazarlayıcılarının en önemli konusu olmaktadır (Lim ve Turco, 1999:3). İkinci dünya savaşını baby-boom jenerasyonu ile ilgili pazarlama ve tüketici davranışı çalışmaları takip etmiştir. Bu jenerasyon Gen-X olarak ifade edilmekte aynı zamanda otuzlar olarak ta bilinmektedir. Bir sonraki genç tüketici pazarının en büyük dalgası ise "Y" (genç kuşak) jenerasyonu ya da milenyum jenerasyonu olarak belirtilmektedir (Strauss ve Howe, 1991: 24-52). Bu jenerasyon sadece ABD'de 73-80 milyon tüketiciye denk gelmekte ve 14-24 yaş aralığını temsil etmektedir (Alch, 2000: 34; Bronson, 2000: 32-34; Marlatt, 1999: 39-40). Kuzey Amerika ekonomisinde "Y" (genç kuşak) jenerasyonunun finansal etkisi elzemdir. ABD'de çalışan "Y" (genç kuşak) jenerasyonunun çocukları hem ailesinden hem de ailesinin büyüklerinden direk olarak 150 milyar dolar, dolaylı olarak 500 milyar dolar satın alım gücüne sahiptirler (Alch, 2000: 34 ). ABD'deki bu etkileyici pazar alanları Kanada ile karşılaştırılabilir (Bradish ve Latrop, 2001: 19-24). 4-12 yaş çocuklar direk olarak 24 milyar Kanada doları satın alımları, aileleri ve aile büyüklerinden dolaylı olarak satın alım güçleri ise 188 milyar Kanada doları kadardır (John,

1999: 183-213). “Y” (genç kuşak) jenerasyonunun en fazla satın aldığı üç ürün ise %34 elbise, %22 eğlence ve %16 yiyecektir (Alch, 2000: 34).

Günümüzde, ekstrem sporlar “Y” (genç kuşak) jenerasyonunun üyeleri arasında oldukça popülerdir. “Y” (genç kuşak) jenerasyonu Birleşik Devletler’de 70 milyon insandan daha fazlasına denk gelmekte ve en büyük kategoriye temsil etmektedir. “Y” (genç kuşak) jenerasyonunun yaş aralığı 14-25 yaş aralığıdır. Aynı zamanda Millennial Generation (Milenyum jenerasyonu) olarak bilinen bu grup Birleşik Devletler’de en büyük ve en çeşitli pazar segmenti olduğu düşünülmektedir (Lieberman, 2004: 12-18). “Y” (genç kuşak) jenerasyonunun üyeleri genellikle uyarılma ve heyecana duydukları saygı ile kendi sınırlarını daha ileri taşıma eğilimindedirler. Bunu spor sayesinde yapmaktadırlar ve bu durumdan da zevk almaktadırlar ([http 17](http://17)). McCarthy, (2001), ekstrem sporlarla ilgili 10-24 yaş aralığında satın alma gücü bulunan 58 milyon tüketici bulunduğunu ifade etmektedir. Tüketicisindeki ve ortak ilgideki yükselişiyle ekstrem sporlar doğal olaylarla ilgili olmasından dolayı, “Y” (genç kuşak) jenerasyonunun ilgisini oldukça çekmektedir. Bu bağlamda, ekstrem spor’ların pazar segmentini oluşturan kitleyi, “Y” (genç kuşak) jenerasyonu olarak ifade edilen 14-25 yaş aralığındaki bireyler oluşturmaktadır. (Cleland, 2001: 22-24; Fitzgerald, 2001: 4; Greenwald ve Fernandez-Balboa, 1998: 35-47; Johnson, 2001: 1; Malonis ve Selden, 1998: 15). Genç tüketicilerin ekstrem sporlara olan bu ilgisi tabii ki de spor endüstrisinin içinde var olan spor medyasının da ilgisinden kaçmamaktadır. Ekstrem sporları dünya çapında yayınlayan kanallardan biri olan ESPN her yıl yaklaşık olarak 900 saat ekstrem spor yayını yapmaktadır. ESPN, ESPN2, ABC, Fox Sport, Extreme Sport Channel, Eurosport ve Eurosport2 gibi yayın organları, Ekstrem Spor yayınlarında “Y” (genç kuşak) jenerasyonunu hedef almaktadır (Cleland, 2001: 22-24). Buna paralel olarak, çocukların ekstrem spor video oyunlarına oldukça yüksek ilgi göstermesinde, televizyondaki ekstrem spor etkinliklerini ve şampiyonaları izlemesinde ve ekstrem sporlara katılımlarında artış görüldüğü saptanmıştır (AAF/ESPN, 2001: 58; Koranteng, 2001: 1-14). Ekstrem spor etkinliklerinin en büyüğü X-Games önceden “eXtreme Games” olarak bilinmekteydi. Gün geçtikçe genç tüketiciler arasında popülerleşince, “X” harfi ve extreme kelimesi pek çok firma tarafından genç tüketicilerle ilişki kurulmasında marka olarak kullanılmıştır (Petrecca, 2000:7-16; Rinehart, 1998: 44-52).

Amerikan toplumunun ekstrem sporlara katılımı her geçen yıl daha da artmaktadır. İzlenme oranları üzerinde yapılan bir araştırmada Pazartesi Futbol Geceleri ve Ekstrem Spor Yarışmaları (X-Games Show)’ları karşılaştırılmıştır. Reytinglere bakıldığında Pazartesi

Amerikan Futbolu gecelerinin 100 milyondan fazla televizyonlu evde izlenme oranı 2000 yılında %12,7'ye 2001 de %11,5'e düşmüştür. Bu oranların aksine, extrem spor turnuvalarından biri olan Gravity Games'in izlenme oranları 2000 yılında 1.6'dan 1.7'ye çıkmıştır. Yaklaşık olarak bu oran 2 milyon kişiye tekabül etmektedir. Bu oranlar, yeni jenerasyonda eski geleneksel spor branşlarından ziyade yeni branşların daha fazla popülerleştiğini açıkça göstermektedir (Raymond, 2002: 24-29). Ekstrem spor pazarı ekipman ve medyanın sunduklarıyla birlikte sürekli gelişmektedir. Bu ürünlere örnek verilecek olursa eldiven, güneş gözlüğü, kask, t-shirt, kum ayakkabısı, koruyucu pedler, bisiklet, kelepçeler, sörf v.b. malzemelerin bir çoğu extreme spor pazarında bulunmaktadır. Ayrıca, her bir spor branşı için çeşitli promosyon ürünleri çeşitli dillere uyarlanmış şekilde katılımcılarına sunulmaktadır. Bunun yanı sıra, On The Edge, Trasher, Slam, Rip Tide, Powder Hound ve Ballistic gibi dergiler ekstrem sporların dünya basınındaki yüzüdür. Bu dergilerde çeşitli ekstrem sporların tanıtımı, yeni ortaya çıkan branşlar, katılımcıların bakış açıları, katılımcıların yaşam stilleri ve yeni çıkan ürünler dergilerin önemli konuları arasında yer almaktadır (Shilbury ve ark., 2009: 81). Ekstrem sporların dünya pazarındaki eğitim fiyatları incelendiğinde ülkemizde uygulanan ekstrem spor eğitimi fiyatlarının oldukça üzerinde olduğu görülmektedir (<http15/http16>). Tablo 1 ve Tablo 2'de Türkiye ve dünya ülkelerin gökyüzü dalışı ve uçurtma sörfü branşlarının eğitim fiyatları gösterilmektedir.

**Tablo 1. Gökyüzü Dalışı Branşının Uluslararası Uygulama ve Eğitim Fiyatları**

<b>Gökyüzü Dalışı</b>	<b>Sadece Atlayış</b>	<b>Fotoğraf ya da Video</b>	<b>Fotoğraf ve Videolu</b>
<b>U.K.</b>	£200	£270	£270
<b>Spain-Costa Brava</b>	€150	€206	€230
<b>Spain-Seville</b>	€200	€290	\$425Aus
<b>Australia-Victoria</b>	\$310Aus	\$400Aus	€325
<b>Australia-Brisbane</b>	\$320Aus	\$419Aus	\$445Aus
<b>Australia-Perth</b>	\$385Aus	\$484Aus	\$535Aus
<b>Thailand</b>	£150	£200	£220
<b>N.Zealand</b>	\$250NZ	\$375NZ	\$400NZ
<b>Türkiye (<a href="http">http</a> 27)</b>	€185	€275	-----

**Kaynak:** <http://www.extremesportscafe.com/pdfinfo/index.html> Erişim Tarihi:08.08.2009 (<http15>)



**Tablo 2. Uçurtma Sörfü Branşının Uluslararası Eğitim Fiyatları**

Uçurtma Sörfü	2 Günlük Eğitim	3 Günlük Eğitim	4 Günlük Eğitim	5 Günlük Eğitim
U.K.	165£	£195	275\$	295£
Spain	220€	320€	-----	499€
US Philippines	185\$	-----	275\$	-----
Thailand	-----	\$260	-----	-----
Türkiye	70€	135€	180€	225€

**Kaynak:** [http://www.fethiyesurfcenter.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=7&Itemid=1&lang=tr](http://www.fethiyesurfcenter.com/index.php?option=com_content&task=view&id=7&Itemid=1&lang=tr) Erişim Tarihi:08.08.2009 (http16)

2002’de yaklaşık olarak 86 milyon insan ekstrem sporlara katılım sağlamıştır (Ostrowski, 2002:19-26). Buna paralel olarak katılımcıların ve aktivitelerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır (Lieberman, 2004: 12-18; Ostrowski, 2002: 19-26). Birleşik Devletler’de basketbol ve voleybol branşlarında katılımcı ve izleyici baskın olmasına rağmen, ekstrem spor katılımcılarının son 10 yılda %10 artış gösterdiği saptanmıştır (Stotlar, 2002: 55-58). Spor endüstrisindeki bu eğilim ekstrem sporlar gibi ortaya çıkan sportif aktivitelerin temel sporların bir kısmı olarak düşünüleceğine işaret etmektedir. (Kress, 2003: 3; Ostrowski, 2002: 19-26).

Günümüzdeki ekstrem sporlara olan ilgi incelendiğinde, küresel toplumun bir parçası olarak sürekli artış gösterdiği göze çarpmaktadır. Örneğin, uluslararası TV kanalları (ESPN, ESPN2, ABC, Fox Sport, Eurosport ve Eurosport2) ekstrem sporların haber ve yayın süresini sürekli olarak artırmaktadırlar. Ayrıca Extreme Sport Channel kanalı ise sürekli ekstrem spor yayını yapmaktadır. Ekstrem sporların en popüler etkinliği, yayıncı kanalı ESPN olan ve büyük markaların ana sponsorluğunu yaptığı The X Games (Yaz ve kış) oyunlarıdır (Brockington, 2001: 20-26). Spor kanallarının ekstrem sporları yayınlamaları ile ilgili çekişmelerine, Eco-Challenge gibi dünya markası olan bir ekstrem spor yarışması örnek verilebilir. Eco-Challenge dünyanın önde gelen macera yarışlarından biridir. Her takım erkek ve kadınlardan oluşmaktadır. 24 saat boyunca 500 km’yi aşan zor bir yarıştır. Yarışma içerisinde Whitewater kano, trekking, binicilik, deniz kayağı, scuba, dağcılık, kanoeing ve dağ bisikleti gibi branşlar mevcuttur. Yarışma ilk olarak Utah çöllerinde başlamış ve 1995’den 2002’ye kadar devam etmiştir. Daha sonra yarışma içerisine su ile ilgili branşlar katılınca her sene dünyanın bir köşesinde gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Ecochallenge ilk olarak 1995’de ESPN’de X Games’in bir parçası olarak ve 45 dk. boyunca da MTV’de yayınlanmıştır. 1996 Eco Challenge ise Discovery Channel’da çok büyük bir bütçe ile yayın hayatını sürdürmüştür. Discovery Channel’da Eco Challenge’ı yayınlayan British Columbia

Production Emmy Award ödülünü kazanmıştır. 2000 senesinde USA Network firması Eco Challenge'ı yayınlamak için üç yıllık anlaşma imzalamıştır (http21). Snowboard, 1998 Nagano Olimpiyat Oyunları'nda resmi olarak yer alan ilk ekstrem spor branşıdır. 2008 Beijing Olimpiyatlarında bayan ve erkek BMX yarışları resmi programda yer almıştır (http18). Görüldüğü gibi, ekstrem sporlar temel sporların statüsünü edinmeye ve bu yüzden hem spor endüstrisinin hem de iş endüstrisinin karlı bir girişimi olarak kabul görmeye başlamıştır. American Sport Data'ya göre Birleşik Devletler spor endüstrisinde satışı yapılan spor malzemelerinin üçte birini ekstrem spor malzemelerinin oluşturduğu ifade edilmektedir. Bu oran 14 milyon dolardan fazla olan bir rakama karşılık gelmektedir (Lieberman, 2004: 12-18). IMG adlı site; sponsorların devasa karlar üretmek için ekstrem spor etkinliklerini artırmaya devam ettiğini ifade etmektedir (Fitzgerald, 2001: 4).

### **3. EKSTREM SPOR TÜRLERİ**

Ekstrem sporların son yıllarda hem devamlılığını sürdürmede hem de önemli bir profil edinmede başarılı olduğu ifade edilmektedir. Ancak, ekstrem sporun genel bir tanımı yapılması yapılmamakla birlikte değişkenlik göstermektedir. Buna bağlı olarak, tüm ekstrem sporlar, sporculara yüksek düzeyde heyecan üretme eğilimi (adrenalin yoğunluğu) oluştururken sporcuların önemli fiziksel riskleri göze almasını gerektirmektedir. Genel bir kural olarak, bir ekstrem spor, katılımcısı için yüksek oranlarda atletik performans, önemli derecede yer çekiminden etkilenme, sınırlarını zorlamasından yada güvenlik ekipmanlarının olmamasından dolayı özel tehlikelere maruz kalmasını gerektirmektedir (http 28). Ekstrem sporlar havada, karada ve suda olmak üzere üç alanda gerçekleştirilmektedir.

#### **3.1. Hava sporları**

Hava sporlarına ilişkin türlerin her birine ait açıklamalar aşağıda ayrıntılı olarak verilmiştir. Bu kapsamda değerlendirildiğinde altı tür su sporları alt kategorisi bulunmaktadır.

##### **3.1.1. Serbest Atlayış**

Ekstrem sporların en tehlikelilerinden biri olan serbest atlayış, yeryüzündeki yüksek bir noktadan yedek paraşüt kullanarak atlamak olarak tanımlanabilir. İlk kez 1979 yılında Krl Boenish ve arkadaşları tarafından geliştirilmiştir. Base Jumping adlandırılması; İngilizce B:

Binalar (Buildings), A: Anten kuleleri (Antenna Tower), S: Köprü-Kemer (Span), E: Yeryüzündeki Uçurumlar (Earth) kelimelerinin baş harflerinin birleştirilmesi ile elde edilmiş (BASE) kelimesi ile atlayış anlamına gelen (jump) kelimesinin birbirine eklenmesi ile oluşturulmuştur. Bu sporda atlanılan yükseklik 100-300m arasında değişmektedir. Ancak, 50 m.nin altında atlayışlar bile olmaktadır. Base Jumping’de yere iniş süresi çok kısa olduğu için paraşütü açmak için çok az bir zamana sahip olunmaktadır. Sadece 1 yıl içerisinde bu sporu yaparken ölenlerin sayısı 39 kişi olduğu göz önüne alınırsa, riskin boyutu daha iyi anlaşılabilir (http5).

### Resim 1/2: Serbest Atlayış’ın Resimli Örnekleri



Resim 1



Resim 2

**Kaynak:** Resim 1, [www.freewebs.com/nakednews21110am/sports.htm](http://www.freewebs.com/nakednews21110am/sports.htm) Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http32)

**Kaynak:** Resim2, [http://www.andamanadventures.com/press\\_articles/base\\_jump\\_climbing\\_thailand.shtml](http://www.andamanadventures.com/press_articles/base_jump_climbing_thailand.shtml) Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http33).

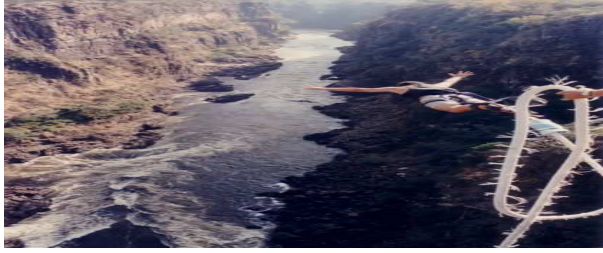
### 3.1.2. Elastik İp Atlayışı (Bungee Jumping)

Bu spor dalı bazı yerli grupların “gkol” adı verilen törensel etkinliklerde sarmaşık iplere bağlı olarak bambu kulelerden yaptıkları atlayışlardan esinlenerek geliştirilmiştir. 1977 yılında Oxford Dangerous Sports Club üyelerinden David Kirk ve arkadaşları kendi hazırladıkları örgü lastik iplerle Bristol’deki Clifton köprüsünden atlayarak modern anlamda ilk bungee jumping atlayışını gerçekleştirmişlerdir (http31).

Bu sporda atlayış öncesi atlayacak kişinin kilosu görevliler tarafından ölçülür ve kiloya uygun ip seçimi yapılır. Atlayıcıların kuşam adı verilen perlon bantlardan yapılma bir emniyet kemerini giymesi gerekir. Bu kemer “full body harness” adı verilen bütün vücudu kaplayacak şekildedir. Daha sonra ayaklara ayak kolonları (ankle straps) takılır. İki emniyet sistemi vardır. Emniyet bağlantı noktalarında karabinalar, bağlantı malzemeleri olarak da perlonlar ve yardımcı ipler kullanılır. Genellikle 50-100 metre yükseklikten atlayış

yapılmaktadır. Serbest düşme sonrası yaşanan şok ip tarafından emildiği için atlayıcı fiziki bir zarar görmez. Atlayış sonrası düşülen yüksekliğin yaklaşık %70'i kadar atlayıcı lastiğin etkisi ile tekrar yükselir ve yeniden bir düşüş yaşar. Bu hareket git gide azalan bir ivme kazanır ve vinç ile atlayıcı yer minderine indirilir (http 31).

### Resim 3/4: Elastik İp Atlayışının Resimli Örnekleri



Resim: 3



Resim: 4

**Kaynak:** Resim 3, <http://www.rollinglobe.com/RGWeb/map/details.aspx?loc=454&city=5> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http34)

**Kaynak:** Resim 4, <http://www.hafif.org/yazi/siradisi-bir-tatil-anlayisi-ekstrem-2> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http35)

### 3.1.3. Delta/Yelken Kanat

Yelken kanat ya da delta kanat adı verilen araçların geliştirilme çalışmaları 1940 yıllarında başladı. 1948 yılında Dr. Francis Rogallo kolaylıkla sökülüp takılabilen alüminyum çubuklar üzerine gerilmiş kumaştan oluşan ilk delta kanadı yaratmıştır. Günümüzde bir delta kanat pilotu yedek paraşüt, vayrometre, hız saati, pusula ve telsiz gibi donanımlarla uçuşunu daha güvenli hale getirmiştir. Delta kanat pilotun ağırlık merkezini sağa sola öne arkaya kaydırması sonucu idare edilir. Pilot önündeki trapeze tutunarak ağırlık merkezini istediği yönde hareket ettirir, pilotun hareketine bağlı olarak kanat yön alır ve istenilen yöne uçuş sağlanır. Delta kanat toplam ağırlığı 25-30 kg. arasındadır. Motorsuz bir hava uçuş aracıdır. Kanat açıklığı 10. kanat alanı ise 15m<sup>2</sup> kadardır. Uçuş harici zamanlarda kanat katlanarak saklanabilir. Katlandığında 4 ya da 2 m kadar küçülebilir (Richard, 2002: 1-5).

### Resim 5/6: Delta/Yelken Kanat Uçuşunun Resimli Örnekleri



Resim 5



Resim 6

**Kaynak:** Resim 5, <http://kayserihavacilikkulubu.com/start1993/content/view/20/38/> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http36)

**Kaynak:** Resim 6, [http://www.tmresimler.com/data/media/785/TMresimler.com\\_delta\\_kanat.jpg](http://www.tmresimler.com/data/media/785/TMresimler.com_delta_kanat.jpg) Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http37)

#### 3.1.4. Gökyüzü Dalışı (Sky Diving)

İlk paraşüt atlayışını 27 ekim 1797'de Paris'te Andre Jacques Garnerin, balondan atlayarak gerçekleştirmiştir. 1885'de Thomas Balwing koruma kolonunu (harness) icat etmiştir. Spor Paraşüt atlayışı 1914'de, ilk serbest atlayışla başlamıştır. 1950'lere kadar çok gelişim sağlanamamıştır. İlk spor paraşüt şampiyonası 1951'de Yugoslavya'da gerçekleşmiştir. 1960 Ağustos'unda, gökyüzü dalışı tarihinin en büyük olayı gerçekleşmiştir. Amerikan Hava Kuvvetlerinden Yüzbaşı Joseph W. Kittinger Meksika semalarına balonla yükseldi ve yaklaşık 36 km'lik yükseklikten atlayarak kırılması zor rekora imza atmıştır. Gökyüzü dalışı sporunda kask, paraşüt, özel olarak imal edilen ve hızı optimum seviyede tutabilen kıyafet, altimetre, gözlük, koruyucu ayakkabı, koruyucu kolon/konteynır malzemeleri kullanılmaktadır. (http6)

#### Resim 7/ 8: Gökyüzü Dalışı'nın Resimli Örnekleri



Resim 7



Resim 8

**Kaynak:** Resim 7, <http://smartytam.blogspot.com/2009/02/as-close-to-sky-diving-as-i-want-to-be.html> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http38)

**Kaynak:** Resim 8, [www.wallpaperbase.com/sports-skydiving.shtml](http://www.wallpaperbase.com/sports-skydiving.shtml) Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http39)

### 3.3.5. Gökyüzü Sörfü (Sky Surfing)

Gökyüzü sörfü, serbest düşüş esnasında sporcunun ayaklarına bağlı olan sörf tahtası ile yaptığı akrobatik hareketlerdir. İlk olarak gökyüzü sörfü Kaliforniya’da bir kaç gökyüzü sörfçüsü tarafından ayaklarına küçük boogie tahtası bağlanarak denenmiştir. Gökyüzü sörfünün öncüleri boogie tahtasına hız ve yön sağlayıcı aparatlarda geliştirmişlerdir. Daha sonra Frenchman Joel Cruciani, snowboard tahtasından geliştirdiği küçük sörf tahtasıyla atlamayı başarmıştır. Günümüzde kullanılan sörf tahtası 120 cm boyunda 28 cm eninde ve uygun noktalarından sörfçünün ayağına clipslerle sabitlenmektedir. Sörfçünün deneyimine göre tahtanın boyutu değişmektedir. Deneyim arttıkça tahta büyümektedir. Yere inerken ise, klipsler çıkarılır ve ayaklar üzerine iniş yapılır (Horasan, 2009: 85).

1990’da Dünya Serbest Stil Federasyonu (The World Freestyle Federation) 1. Dünya Serbest Stil Şampiyonasında gökyüzü dalışını tanıtmıştır. Ayrıca bu şampiyonada ilk takım video konsepti de kullanılmıştır. Ayrıca, WFF kurucusu Pete Mckeeman atlayıcıların performansını değerlendirmek amaçlı kamera kullanan ilk kişidir. Yarışmada bir gökyüzü sörfçüsü ve bir kameraman takımı oluşturmaktadır. Yarışmada puanlama kameramanın çektiği görüntülerle sağlanmaktadır. Puanlamanın %75’i gökyüzü sörfçüsüne, %25’i kameramana verilmektedir. 4000m yükseklikten atlamalar gerçekleştirilmektedir. 193 km/s. ortalama hızla oldukça maveralı ve farklı yönlerin kullanıldığı atlayışlar gerçekleştirilmektedir. Düşüş esnasında yapılan koreografi salto, takla ve burgulu hareketlerden oluşmaktadır. (Tomplison, 1994: 43)

#### Resim 9/10: Gökyüzü Sörfü’nün Resimli Örnekleri



Resim 9



Resim 10

**Kaynak:** Resim 9, [www.hickoksports.com/history/skysurfing.shtml](http://www.hickoksports.com/history/skysurfing.shtml) Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http40)

**Kaynak:** Resim 10, <http://skydivernetwork.ning.com/group/friendsofskysurfing> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http41)

### 3.1.6. Yamaç Paraşütü

1970’li yıllar daha basit ve hafif uçuş araçlarının geliştirme arayışlarının başladığı yıllardır. Bu yıllarda, ilk önce serbest düşüş paraşütleri ile yamaçlardan uçuş denemeleri yapılmış ve yamaç kalkışlarında, serbest düşmede paraşütün açılması sırasında oluşan şok ve bu şokun yarattığı aşırı gerilimin ortaya çıkmadığı anlaşılmıştır. Böylece daha büyük boyutlu, hava geçirgenliği olmayan ve özel malzemedan yapılmış paraşütlerin yamaç uçuşlarında daha uygun olabileceği düşünülmüştür. 1980’lerde bu amaçla üretilen yamaç paraşütlerinin hızlı popülerite kazandığı yıllar olmuştur. Modern yamaç paraşütleri ile yüzlerce km gidebilmek ya da saatlerce uçuş gerçekleştirebilmek mümkündür (http 30). Yamaç paraşütü ortalama olarak 5 kg ağırlığındadır. Paraşütün yüzey alanı pilotun ağırlığına göre değişebilmektedir. Bu alan 21-27 m<sup>2</sup> arası olmakta ve 45 kg’dan 110 kg’a kadar pilota uçuş imkanı sağlayabilmektedir. Bir yamaç paraşütünün performansı kanadın hızı, yükseklik kaybetme oranı ve süzülme oranı ile yakından ilişkilidir. Yamaç paraşütünün bölümlerini kanopi (paraşütün kanat bölümü), askı ipleri (kanopiye kolonlara bağlayan kısım), fren ipleri, kolonlar (askı iplerini kuşam ile birleştiren parça), harnes (pilotun oturduğu ya da sabitlendiği kısım) oluşturmaktadır. Yamaç paraşütünde kullanılan diğer malzemeler; vayrometre, altimetre, rüzgar ölçer, yedek paraşüt, kask, uçuş tulumu, eldiven ve bontan olmaktadır (http 29).

#### Resim 11/12: Yamaç Paraşütü Uçuşunun Resimli Örnekleri



Resim 11



Resim 12

**Kaynak:** Resim 11, <http://www.forumalev.net/doga-sporlari/304977-yamac-parasutu-kokeni-ve-ozellikleri.html>

Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http42)

**Kaynak:** Resim 12, [www.talas.bel.tr/yamac.htm](http://www.talas.bel.tr/yamac.htm) Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http43)

## 3.2. Kara Sporları

Kara sporlarına ilişkin türlerin her birine ait açıklamalar aşağıda ayrıntılı olarak verilmiştir. Bu kapsamda değerlendirildiğinde dokuz tür su sporları alt kategorisi bulunmaktadır.

### 3.2.1. Kaya Tırmanışı

1960'lı yıllarda dünya dağcılığı yeni arayışlara yönelmiştir. Artık yeni zirvelere çıkma arayışları yerini bilinen zirvelerin daha zor rotalarını tırmanabilme ya da bilinen zirvelerin kış aylarında tırmanışını yapabilme gibi teknik tırmanış biçimlerine bırakmıştır. Bu yönelişler aynı zamanda kaya ve buz üzerinde yapılan daha teknik tırmanışların hazırlayıcısı olmuştur. Jhon Salathe, Yvon Chouinard, Royal Robbins ve Willi Unsoeld gibi kaya tırmanıcıları 1970 yılında Sierre Nevada dağlarında bulunan 917m uzunluğundaki El Capitan duvarını 27 günlük bir uğraştan sonra tırmanmayı başarmışlardır. Bu olay kaya tırmanışçılığının önemli bir dönüm noktasıdır. Kaya tırmanışında, kol ve bacak kasları başta olmak üzere, vücudun hemen hemen tüm kasları çalışmaktadır. Kayaya yaklaşılacak pozisyonda ise, mide kasları oldukça etkili çalışmaktadır (Horasan, 2009: 85). Kullanılan malzemelere bakıldığında ise, sikke (tırmanış sırasında kaya çatlaklarına çakılan çiviler), bolt (ağırlıklı olarak mağaracılar tarafından kullanılan ve kaya yüzeyine dübel şeklinde delik açılarak buraya sabitlenen vida), takoz, (bolt ve sikke haricindeki tüm kaya emniyet malzemeleri için kullanılan genel bir adlandırma), karabina, (tırmanış sırasında çeşitli amaçlarla kullanılan bağlantı elemanı, ip ve tırmanıcının üzerindeki güvenlik malzemelerinin birleşimini sağlar), tırmanış ipi, (Emniyet aracıdır ve kaya üzerindeki tüm emniyet noktalarının birleştirilmesini sağlar), ekspres, (kısa bir perlon bant ile birbirine bağlanmış iki tane kiltsiz karabinadan oluşur), emniyet kemeri (ana ip ile vücut arasında bağlantıyı sağlayan kalın perlonlardan özele olarak yapılmış kemer), kask (polyester ve polimerden yapılan kafayı korumaya yardımcı bir malzeme), ayakkabı (kayayı daha iyi hissetmek ve daha iyi tutunmak için özel tasarlanmış) olduğu ifade edilmektedir (Tomplison, 1994: 50).



### Resim 13/14: Kaya Tırmanışı'nın Resimli Örnekleri



Resim 13



Resim 14

**Kaynak:** Resim 13, <http://himalman.files.wordpress.com/2009/06/indoor-rock-climbing-2.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http44)

**Kaynak:** Resim 14, <http://www.lake-garda-revealed.com/lake-garda-rock-climbing.html> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http45)

### 3.2.2. Agresif Paten

İnline (agresif olmayan) patenleri ilk olarak 1700'lerde Belçikalı girişimci Joseph Merlin ortaya koymuştur. İlk patenler aslında buz pateninin yerine yaz pateni olarak fildişinden imal edilmiş tekerlere sahip olduğu ifade edilmektedir. Daha sonraları buz hokeyi oyuncuları sezon dışındaki zamanlarda antrenman aracı olarak kullanmaya başlamıştır. Agresif patenin klasik patenden farkı tekerleklerin tek bir doğru içerisinde bulunmasıdır. Bu sayede Agresif Paten'ler oldukça çeşitli hareketlerin uygulanmasına olanak sağlamaktadır (Morgan, 1998: 1-3)

Tekerleri 85-88-90-92 A sertliğe sahip, 52 mm'den 60 mm e kadar değişik çaplardan oluşmaktadır. Ayak bileğini koruyan sert bir gövdesi vardır. Frame'minin ortasında H-block denilen bir boşluk vardır. Bot yapısı fitness patene göre oldukça geniştir. Oldukça sağlam bir yapısı vardır. Tüm parçaları sökölüp değiştirilebilir (http20). Inline paten rekreasyon ve ulaşım aracı olarak oldukça yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. 1992'den beri İnline paten kullanıcılarında %300 artış sağlanmıştır. Araştırmalara göre 1996'da yaklaşık olarak 28.9 milyon inline paten kullanıcısı olduğu ve %35'inin ulaşım amaçlı kullandığı rapor edilmiştir. (http7).

### Resim 15/16: Agresif Paten'in Resimli örnekleri



Resim 15



Resim 16

**Kaynak:** Resim 15, <http://jassyworld.blogspot.com/2009/03/most-dangerous-extreme-sports.html>

Erişik Tarihi: 24.12.2009 (http46)

**Kaynak:** Resim 16, <http://jassyworld.blogspot.com/2009/03/most-dangerous-extreme-sports.html>

Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http47)

### 3.2.3. Bmx

İlk bisiklet çok ilkel biçimde 12. yy. da Çin'de görülmüştür. Fransız Sirvac yaptığı sağ ve sol ayakların itmesiyle yürüyen bisiklet yapmıştır. 'Celerifere' adını taşıyan bu alet 1791 tarihlidir. Baron Karl Von Drais, Drais de Senerbol'un yaptığı bisikleti geliştirmiş ve bisiklete gidon eklemiştir. Bu bisiklet 1816 yılında yapılmıştır. Bu bisiklet tahtadan imal edilmiştir. 1818'de bisiklette metal kullanılmaya başlanmıştır. Leonardo Da Vinci'nin çizimleri kullanarak ilk pedallı bisikleti üreten Kirkpatrick Mac Millan'dir. 1839-1840 yılları arasında İskoçya'da yapılan bu bisiklet, halen Londra Science Museum'da sergilenmektedir. 1855'te Fransız Ernest Michaux'un bisikleti pedallı etkin olarak kullanmıştır. 1800'lerin ikinci yarısında Fransa Savunma Bakanlığı bisiklet üretimini destek vermiş ve 1871'de imal edilen bisikletler Almanya ile yapılan savaşta kullanılmıştır (http8).

Bmx bisiklet türü 1970'li yıllarda Kaliforniya'da doğmuştur. İlk olarak minyatür motocross pistlerinde kullanılmaya başlanmıştır. 1980'lerde BMX oldukça popüler hale gelmiştir. 1981 yılında Uluslararası BMX Federasyonu (The International BMX Federation) kurulmuştur. 1982 yılında da ilk dünya şampiyonası yapılmıştır. Yarışma alanı iki şekildedir. Birincisi, mekanik çıkışlı kapının ardından kısa bir inişle devam eden sonrasında engebeli ve bol manevralı 300-400m uzunluğundaki bir pistten meydana gelmektedir. İkincisi ise, çeşitli açılı ve yükseklikteki rampalarla yapay olarak oluşturulan akrobatik yarışma alanıdır. Bisikleti çevirme, çeşitli maveralar yapma, saltolar, burgular ve çeşitli sıçrama hareketlerinden oluşan bir yarışma şekli oluşturulmuştur (Tomplison, 1994: 62).

### Resim 17/18: Bmx'in Resimli Örnekleri.



Resim 17

**Kaynak:** Resim 17, [http://www.fatbmx.com/uploads2/user\\_Bart/2006\\_05/wk18/bmx\\_masters.jpg](http://www.fatbmx.com/uploads2/user_Bart/2006_05/wk18/bmx_masters.jpg)

Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http48)



Resim 18

**Kaynak:** Resim 18, [http://blogs.phillyburbs.com/news/bct/wp-content/blogs.dir/3/files/2008/08/wk\\_of\\_0810/0820bmx.jpg](http://blogs.phillyburbs.com/news/bct/wp-content/blogs.dir/3/files/2008/08/wk_of_0810/0820bmx.jpg)

Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http49)

#### 3.2.4. Ekstrem Motokros

Bu spor branşında risk gün geçtikçe daha da artmaktadır. Yapılmaya çalışılan her yeni harekette sporcular sakatlanma riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Başarılmış fakat tekrar yapılan hareketlerde bile sakatlık riski oldukça yüksektir (http10). Pek çok ekstrem motokros'çu BMX sporundan gelmez. Ekstrem motokrosun en iyi örneği AMA Supercross Series yarışmasıdır. Supercross'da ilk dönüş her zaman en kritik noktadır. Genellikle ilk dönüş kadar sürücüler pozisyonlarını korumaya ya da daha iyi bir pozisyona gelmeye çalışırlar. İlk dönüş esnasında birkaç kaza ve olay olur, bu durumda en avantajlı lider sürücüdür. Çünkü lider sürücünün önü açık ve lider sürücü ilerlemeye müsaittir. Yarışma alanında yapılan hareketlerin bazıları tekli sıçrama, 6-18m zeminden yükselerek ileri gitmek, çiftli sıçrama, 6-23m arka arkaya iki engelin birincisinden sıçrama ve ikincisinin sonuna konma eylemi, üçlü sıçrama, sürücünün seçim şansı bulunduğu ve sürücünün ister ilk engelde kısa sıçrama yapıp son iki engeli havadan geçebildiği, isterse ilk iki engeli geçip üçüncüsünde tekli sıçrama yapabildiği sıçrama türüdür. Whip it, motoru hava bir sağa bir sola çevirmek. Pancake, sürücünün motoru havada 90 dereceye getirmeye çalışmasıdır. Cancan, havadayken sürücünün bir bacağına diğer tarafa almasıdır. Bar hop, havadayken sürücü ellerini bırakıp ayaklarıyla motoru tutmasıdır. Superman Air, sürücünün havada motoru bırakması ve havadayken motorla paralellik oluşturma hareketidir (Tomplison, 1994: 72).

### Resim 19/20: Ekstrem Motokros'un Atlayış ve Uçuşunun Resimli Örnekleri.



Resim: 19



Resim: 20

**Kaynak:** Resim 19, <http://timnary.com/ist210/xsdb/images/tricks/KissofDeath.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http50)

**Kaynak:** Resim 20, <http://www.wedesignandconquer.com/wp-content/uploads/2009/08/michael.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http51)

### 3.2.5. Dağ Bisikleti

Dağ bisikleti 1970'lerde eski model bisikletlere kalın tekerlekler takılıp arazide geziler düzenlenerek ortaya çıkmıştır. 1980' li yıllarda ise seri üretime geçilmiş ve tüm dünyaya yayılmıştır. İlk dağ bisikleti yarışı 1990 yılında gerçekleştirilmiştir. 1996 yılında ilk defa olimpiyat oyunlarına alınmıştır. Bu sporda, bir yandan doğa sporlarının gerektirdiği güç, dayanıklılık, kondisyon gibi yetenekleri kazanırken bir yandan da doğayı keşfetme güdüsünü en iyi şekilde tatmin edebilmek mümkündür. Hem kısa zamanda çok yer gezebilme hem de bunu yaparken doğa ile bütünleşebilme avantajı dağ bisikletinin hızlı bir doğa sporu haline dönüşmesini kolaylaştırmıştır. Dağ bisikleti, dayanıklı gövdeye, düz ve geniş gidon yapısına, kalın dişli terklere sahip olmanın yanında, çamurlu patikalarda, keçi yollarında ve diğer engebeli arazide kullanılmak için tasarlanmıştır. Dağ bisikleti malzemeleri, kadro(gövde), kalın dişli lastikler, frenler, amortisörler ve vitestir (Evans, 2001: 1-9; http11).

### Resim 21/22: Dağ Bisikleti'nin Resimli Örnekleri.



Resim: 21



Resim: 22

**Kaynak:** Resim 21, <http://www.rocketjones.com/images/jeff-mountain-biking.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http52)

**Kaynak:** Resim 22, <http://www.10fifty.com/wallpaper/mountain-biking-wall10.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http53)

### 3.2.6. Dağ Sörfü (Mountainboarding/Mountainsurfing)

Jason Lee ve Patrick McConnell tarafından 1993 de Kaliforniya'da icat edilmiştir. Mountainboarding ABD, İngiltere ve Avustralya'da 1993 yılında başlamıştır. Dünyada bir milyonu aşkın insan Dağ Sörfü ile ilgilenmektedir. Kar sörfünden türetilmiş bir ekstrem spor türüdür. Dağ Sörfü fiberglas ya da tahtadan üretilmiş bir güverteye sahip olmanın yanında, Kar Sörfü gibi ayak klipsleri olan ve dört köşesi dört adet kamyon lastiği şeklindeki lastiklerle döşenmiş, kay kay gibi sağa ve sola manevra yapılabilen özelliklere sahiptir. Dağ Sörfü çim tepelerde, skate parklarda, çakıl parçalarının olduğu arazilerde, sokakta, BMX parkurlarında, dağ bisikleti parkurlarında kullanılabilme özelliğine sahiptir. Koruyucu malzemeler ise, kask, dizlik, dirseklik, eldiven, göğüs koruyucu gibi ekipmanlardan oluşmaktadır (Preszler ve Baker 2005: 1-4).

### Resim 23/24: Dağ Sörfü'nün Resimli Örnekleri.



Resim: 23



Resim: 24

**Kaynak:** Resim 23, [www.yakima-campfire.com/Camp\\_files/Camp.html](http://www.yakima-campfire.com/Camp_files/Camp.html) Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http54)

**Kaynak:** Resim 24, <http://www.chillisauce.co.uk/images/19801-19900/19819.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http55)

### 3.2.7. Kay Kay

Türkçe karşılığı kay kay olarak bilinen bu ekstrem spor türü belki de ülkemizde en erken ortaya çıkan ekstrem sporlardan biri olmuştur. 1960'lı yılların sonuna doğru Kaliforniya'da rüzgarsız günlerde sörf yapamayan gençlerin sörf tahtalarına tekerlek takarak boş zamanlarını değerlendirmeye başlamalarıyla ortaya çıkmıştır. Kay kay tahtası kay kayın gövdesini şekillendirir ve ayakta duracak alanı oluşturur. Tahtanın üstü zımpara maddesiyle kaplanır ve sürtünmeyi artırarak kay kayın kontrolü sağlanır. Tahtanın yapımında fiberglas, bambu, karbon lifi gibi maddeler kullanılarak tahtanın daha sağlam, daha hafif ve daha performanslı olması sağlanır. Kay kay tahtası 19-20,5cm genişliğe, 50-60cm uzunluğa ve 48-54mm ya da 65-90mm çapındaki tekerleklere sahiptir. Kay kay sporunun alt dalları ise, Streetstyle (sokaktaki kaldırımlar, parklar, düz alanlar vb. alanlarda yapılan), Vertstyle, (Eğimli rampalardan oluşturulan kay kay parkuru), Freestyle, (kay kaycıya özel hareketler barındırın ve streetstyle benzer), Downhill, (yokuş aşağı ve uzun bir pistte yapılan)'dir (Brooke, 1999: 18-21).

#### Resim 25/26: Kay Kay'ın Resimli Örnekleri.



Resim: 25



Resim: 26

**Kaynak:** Resim 25 [http://www.lat34.org/quick\\_hits/wp-content/uploads/2008/05/dayne\\_brummet1\\_030508.jpg](http://www.lat34.org/quick_hits/wp-content/uploads/2008/05/dayne_brummet1_030508.jpg) Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http56)

**Kaynak:** Resim 26 [http://expn.go.com/media/xgames/sxg/2001/010814\\_ESPNSKATE1\\_i.jpg](http://expn.go.com/media/xgames/sxg/2001/010814_ESPNSKATE1_i.jpg) Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http57)

### 3.2.8. Kar Sörfü (Snowboarding/Snowsurling)

1970'li yıllarda Jack Burton Carpenter, Chuk Barfoot ve Tom Sims'den oluşan bir grup tarafından ortaya çıkarılmıştır. 1990'lı yıllarda kar sörfü popülerliğini kazanmış ve tüm dünyaya yayılmaya başlamıştır. Ülkemizde ise, 1993 yılından itibaren görülmeye başlamış ve 2000 yılında popüler hale gelmiştir. Bu sporda kullanılan malzemeler kar kıyafeti, board,

ayakkabı ve bağlamadan (ayağı boarda sabitleyen aparat) oluşmaktadır. Boardlar ahşap üzerine fiberglas ve güçlendirilmiş plastik veya metal kenarlıklardan oluşmuştur. Board uzunluğu kayakçının ağırlığına, boyuna ve sürüş stiline göre değişmektedir. Kayakçı kilolu ise sert ve uzun board zayıf ise yumuşak ve kısa özelliklere sahip boardlar tercih edilmektedir (Packer, 1998: 5-7). Kar sörfü üç stilde yapılmaktadır. Serbest kayış denilen en genel kayma stilidir. Bu stilde hoplama zıplama yapmaksızın kar üzerinde kayışı gerçekleştirmektedir. Serbest stil, kayma kar sörfü parkı olarak adlandırılan özel hazırlanmış parkurlar üzerinde yapılmaktadır. Spin atmak, hoplamak, zıplamak, takla atmak gibi çeşitli akrobatik hareketleri içermektedir. Alp stili ise, yüksek yerlerden hızla kayma esasına dayanmaktadır. Kar Söfö yarışmaları slalom, paralel slalom, half pipe ve straight jump gibi dallardan oluşmaktadır. Yarışmalarda puanlama rampadan kalkış, havada yapılan hareketler, yere iniş ve duruşlara göre değerlendirilmektedir (Hart, 1998: 8-32).

### Resim 27/28: Kar Sörfü'nün Resimli Örnekleri.



Resim 27



Resim 28

**Kaynak:** Resim 27, [http://www.lat34.org/quick\\_hits/wp-content/uploads/2008/08/x\\_games14.jpg](http://www.lat34.org/quick_hits/wp-content/uploads/2008/08/x_games14.jpg) Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http58)

**Kaynak:** Resim 28, <http://corporate.olympics.com.au/sports.cfm?SportID=35&DisciplineID=29> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http59).

### 3.2.9. Parkur / Serbest Koşu

Şehir ve kırsal alanda yapılan bu spor oldukça yeni bir tarihe sahiptir. 1990'lı yılların sonunda ve 2000'li yılların başında Avrupa'da oldukça popülerleşmeye başlamıştır. Parkur sporunun kurucuları Fransa'da yaşayan David Belle ve bir grup arkadaşıdır. Korkutucu ya da sakatlanma riski yüksek denilebilir. Fakat bu sporun içinde olanların belirttiği üzere sakatlanma ihtimali yolda yürürken sakatlanma riskinden daha azdır. Çünkü yeteneklerin, sınırların keşfedilmesi ve neler yapabileceğini bilmek insana güven verdiği ifade edilmektedir (http24). Parkur, beyin ve vücudun eğitimiyle yapılan, karşılaşılan engelleri en kısa sürede

aşıp, varmak istenilen yere en kısa zamanda varılmasını sağlayan bir hareket etme sanatıdır. Bu sanatın erkek sporcularına traceur, kadın sporcularına traceuse denir. Doğal ya da yapay bir engelle karşılaşıldığında bu sporcular vücutlarını kullanarak ve çevreyle uyum sağlayarak gitmek istedikleri yere daha çabuk varmaktadırlar. Parkur; güç, hız, denge, koordinasyon, hassasiyet, dayanıklılık ve irade gelişimine yönelik, günlük disiplinli bir çalışma ister. Bir traceur ya da traceuse, yumruk atmayı bilmeyen ve kavgadan kaçan bir Jet Lee gibidir. Parkurdaki bir çok hareket aikido, jujitsu ve benzeri uzakdoğu dövüş sporlarında da mevcuttur. Parkur sporu fiziki olarak güç, hız, denge, koordinasyon, hassasiyet, dayanıklılık, disiplin gelişimine yardımcı olduğu gibi manevi olarak da kendine güven, irade, korkuyu yenme ve sorumluluk duygusu oluşturur. Serbest Koşu, Sebastien Foucan'ın "Jump London" isimli filminden sonra kabul görmüş, parkura benzeyen ama felsefeye ondan farklı bir spordur. Serbest koşu burğu, takla ve spinlerle yapılmasından dolayı daha gösterişli ve daha yaratıcıdır. Aradaki temel fark: Parkurda sporcu bir noktadan bir noktaya en kısa sürede varmaya çalışırken, serbest koşu sporcusunun böyle bir amacı yoktur. Serbest koşu sporcusu kaldırımdan inerken bile koşusunu bir ters taklayla süsler ve yoluna devam edebilir (http25).

### Resim 29/30: Parkur/Serbest Koşu'nun Resimli Örnekleri



Resim: 29



Resim: 30

**Kaynak:** Resim 29, [www.extremspor.com/news\\_detail.php?id=32](http://www.extremspor.com/news_detail.php?id=32) Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http60)

**Kaynak:** Resim 30, <http://parkour.meetup.com/120/calendar/9603746/> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http61)

### 3.3. Su Sporları

Kara sporlarına ilişkin türlerin her birine ait açıklamalar aşağıda ayrıntılı olarak verilmiştir. Bu kapsamda değerlendirildiğinde yedi tür su sporları alt kategorisi bulunmaktadır.



### 3.3.1. Çıplak Ayak Su Kayağı (Bare Foot Ski)

Çıplak ayak su kayağı ABD’de ortaya çıkmıştır. Bu branşla ilgili ilk yazılı ve görsel kaynak Dick Pope Jr’ dir. 1950 ve 1960'larda çıplak ayak su kayağı gösterilerinin oldukça sık olarak Kuzey Amerika Su Kayağı etkinliklerinde gösteri amaçlı kullanıldığı ifade edilmektedir. Bu yalınayak atlama kategorisi ilk olarak Avustralya'da 1967 yılında icat edilmiş ve 1970’li yıllarda Kuzey Amerika’da yayılmaya başlamıştır. Avustralyalılar da ilk yalınayak su kayağı turnuvası düzenleyen ülkedir. Turnuva geleneksel su kayağı yarışmaları gibi, zikzaklı kayma, ustalık ve atlama etkinlikleri ile yapılandırılmıştır. Bugün, dünya çapında çıplak ayak su kayağı Kanada ve Uluslararası Su Kayağı Federasyonu dahil olmak üzere bir çok ülke tarafından kabul edilmektedir. Dünya Şampiyonası her iki yılda bir yapılmaktadır (<http://www.barefootski.com/>).

#### Resim 31/32: Çıplak Ayak Su Kayağı’nın Resimli rnekleri



Resim:31



Resim:32

**Kaynak:** Resim 31, <http://www.waterski-wakeboard.ca/images1/pmacdonaldjumping.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (<http://www.barefootski.com/>)

**Kaynak:** Resim 32, <http://www.waterski.canberra.net.au/waterskiact/barefoot/pics/shazza.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (<http://www.barefootski.com/>)

### 3.3.2. Su Kayağı

Bu sporun ilk denemeleri 1920 yılında ABD’de Ralph Samuelson tarafından yapılmıştır. İlk kez 1925 yılında ABD’de Fred Walter bu spor dalının patentini alarak su kayağını resmileştirmeye çalışmıştır. 1930’lu yıllarda başta ABD olmak üzere İngiltere, Fransa ve Avusturya’da yaygınlaşmaya başlamıştır. 1946’da Dünya Su Kayağı Birliği (WWSU) kurulmuştur. 1949’da ilk su kayağı Şampiyonası yapılmıştır.

Ülkemizde 1960'lı yılların başlarından itibaren görülmeye başlamıştır. Su kayağının hızı saatte en az 24km olan ancak 60km'ye kadar çıkabilir. Süratli bir tekne tarafından çekilen sporcu ayağına takılan kayak benzeri çiftli ya da tekli olabilen kızaklarla su üzerinde kayabilmektedir. Sporcu boyu 14-25m arasında değişebilen bir iple tekneye bağlıdır. İpin ucunda tutamak adı verilen ve sporcunun ipi kolaylıkla kavramasını sağlayan bir bölüm bulunmaktadır. Tahta, polyester, alüminyum gibi malzemelerden üretilebilen su kayaklarının boyu 170cm, eni ise 20cm uzunluğundadır. Bu tip kayaklar her iki ayağa bağlamalar aracılığı ile takılmaktadır. Su kayağı yarışmalarında sporculardan sakın suda ve teknenin dalgalı dümen suyunda kaymaları beklenmektedir. Sporculara, hakemlerin önünden 20'şer saniyelik iki geçiş yapma hakkı verilir. Sporcular bu sürede olabildiğince çok figür ve dönüş gerçekleştirirler. Su kayağında slalom, atlama, figür ve çıplak ayakla kayak yarışmaları düzenlenmektedir. Atlamalar, 1.8m ve 7.3m olan rampalardan gerçekleştirilir (British Water Ski 2003: 1-8; Solomon, 1999: 1-7).

### Resim 33/34: Su Kayağı'nın Resimli Örnekleri



Resim: 33



Resim, 34

**Kaynak:** Resim 33, <http://www.wswsask.com/images/banner-default.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http64)

**Kaynak:** Resim 34, <http://images.businessweek.com/ss/06/10/fantasy/source/8.htm> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http65)

### 3.3.3. Rüzgar Sörfü

İlk yaratıcısı Newman Darby adlı bir Pensilvanyalı olduğu bilinmektedir. 1964 yılında yarattığı bu spor dalına sailboard adını vermiştir. Ama yarattığı bu spor dalının patentini almamıştır. Rüzgar sörfünün asıl yaratıcıları olarak görülen kişiler, Kaliforniya'da dalga sörfü sporcularından Hoyle Schweitzer ve Jim Darke'dir. Bu sporcular 1964 yılında kendi özgün çalışmaları sonrası rüzgar sörfünü ortaya çıkarmış ve patentini alarak tüm dünyaya yaymaya çalışmışlardır.

Ülkemizde ise, 1980 yılından bu yana yapıldığı bilinen bu spor, Çeşme ve Bodrum, sahillerinden hızla tüm Ege ve Akdeniz kıyılarına yayılmıştır. Rüzgar sörfü board adı verilen teknenin üzerine hareketli bir mafsalla bağlanmış bulunan geniş alanlı yelkenle denizde yapılan bir su sporudur. Teknenin boyutu küçük olduğu için sürtünmesi oldukça azdır. Bu özelliğe yelken alanının genişliği de eklenince rüzgar sörfünde çok süratli bir seyir elde edilmektedir. Direği tekneye bağlayan mafsal duruma göre yelkeni öne ya da geriye eğilmeye olanak tanır. Yelkenin bu özeliği kullanılarak sörfün gidiş yönü ayarlanabilir. Kullanılan malzemeler, board (sörf tahtası), yelken, direk ve çataldır (yelkenin tutulabilmesini sağlayan aparat) (Hurt, 2005: 6-9; Bornhoft, 2001: 8-18).

### Resim 35/36: Rüzgar Sörfü'nün Resimli Örnekleri.



Resim, 35



Resim, 36

**Kaynak:** Resim 35, <http://users.ecs.soton.ac.uk/srg/photos/windsurf.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http66)

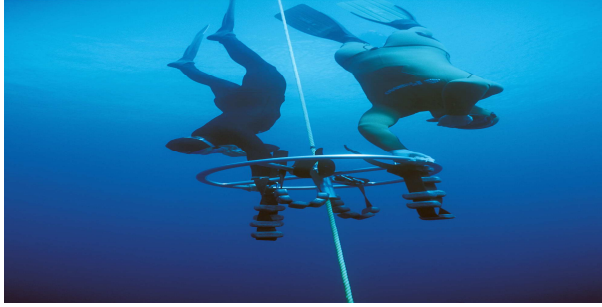
**Kaynak:** Resim 36, [http://www.lnx.gen.tr/details.php?image\\_id=216](http://www.lnx.gen.tr/details.php?image_id=216) Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http67)

### 3.3.4. Serbest Dalış

Serbest dalış modern biçimiyle 1920-1930 yılları arasında ortaya çıkmıştır. ABD'li Guy Gilpatric bu konuda oldukça katkıda bulunmuştur. Serbest dalışa Skin diving' de denilmektedir. Günümüzde sualtını keşfetmede iki dalış yöntemi vardır. Birincisi tüplü dalış, ikincisi tüpsüz dalıştır (free diving). Tüpsüz dalış, insanoğlunun sualtını keşfetmesinde kullandığı ilk yöntemdir. Akciğerlere depolanan havayla birlikte sualtına dalıp sualtında kalabilme tekniğidir. Tüplü dalış (scuba diving) sırtta taşınan tüple birlikte dalınan ve tüpteki havadan yararlanan dalış yöntemidir. Tüplü dalış bir çok yardımcı malzemeyi gerektirirken tüpsüz dalış oldukça ekonomiktir. Çünkü, şinorkel, palet ve gözlük yeterlidir. Yardımcı malzemeler de mevcuttur. Bunlar, eldiven, patik, dalgıç elbisesi, dalgıç saati, sualtı fotoğraf makinesi gibi araçlar kullanılabilir. Serbest dalış yarışmalarında ana amaç en derin noktalanabilmektir. Ama ekstrem spor olarak ele alındığında serbest dalış doğa ile birlikte

olmak, keşfetmek, doğayı ve kendi sınırlarımızı kavrayabilmektir. Yarışma amaçlı serbest dalışta beş farklı kategori vardır. 1) Desteksiz sabit ağırlık; palet ve ipten destek almadan, 2) İp destekli sabit ağırlık; sporcu iniş ve çıkışta ipten destek alarak dalış yapması, 3) Malzeme destekli sabit ağırlık; dalış ve çıkışta palet kullanılmakta, 4) Limitli değişken ağırlık; dalış bir ağırlığa tutunarak, çıkışın serbest olarak yapılması, 5) Limitsiz değişken ağırlık; dalış bir ağırlığa tutunarak, çıkışın bir balona tutunarak yapılmasıdır (Graver, 2003: 1-13).

### Resim 37/38: Serbest Dalış'ın Resimli Örnekleri



Resim, 37



Resim, 38

**Kaynak:** Resim 37, [http://www.oceanhunter.co.nz/site\\_resources/library/Freediving.jpg](http://www.oceanhunter.co.nz/site_resources/library/Freediving.jpg) Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http68)

**Kaynak:** Resim 38, <http://pulsslag.com/wp-content/uploads/2009/01/freediving.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http69)

### 3.3.5. Uçurtma Sörfü (Kiteboarding)

Oldukça yeni bir spor türüdür. Snowboard, yamaç paraşütü ve windsurf karışımı bir spor dalıdır. Geçmiş 20 yıl öncesine dayanmaktadır. Kite adı verilen uçurtmanın yarattığı kaldırma gücünü kullanarak, ayağa takılan board ile denizin üzerinde sörf yapma olarak tanımlanabilir. Bu sporun fikir babaları Bruno ve Dominigue Legaignoux kardeşlerdir. Bu kardeşler 1984 yılında Qumpier kentinde ilk uçurtma sörfü kanadını tasarladılar ve bunun patentini alarak bu sporu başlatmışlardır. Ancak, uçurtma asörfü konusunda asıl gelişme 1997 yılından sonra Hawai'li windsurfçü Roby Naish'in yeni uçurtma sörflerini üretmesiyle yaşandı. Dünya yaklaşık 350 bin kişinin bu sporu yaptığı tahmin edilmektedir.

Ülkemizde 2000 yılından itibaren ilgi görmeye başlamıştır. Bu sporu yapabilmek için 8 deniz mili rüzgar yeterli olabilmektedir. Sporcular rüzgarı iyi kontrol ederek su üzerinde ani sıçrayışlar gerçekleştirirler ve bu sıçrayışlar sırasında sudan 5-20m yükseğe çıkıp çeşitli akrobatik hareketler yapılabilmektedirler. Uçurtma sörfü ekipmanları uçurtma, board (tahta),

harness (emniyet kemeri), kask, can yeleği, neopren elbise, kontrol çubuğu (uçurtmayı kontrol eden iplerin bağlandığı çubuk) gibi çeşitli ekipmanlar kullanılmaktadır. (Holzhall, 2006: 10-15; Boese ve ark., 2008: 8-18)

### Resim 39/40: Uçurtma Sörfü'nün Resimli Örnekleri.



Resim 39



Resim 40

**Kaynak:** Resim 39, <http://siestaluxuryvacations.com/images/sarasota/kiteboarding.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http70)

**Kaynak:** Resim 40, <http://blog.buch-club-net.de/media/blogs/a/kiteboarding.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http71)

### 3.3.6. Uçurum Dalışı

Uçurum atlayışı Havai'nin küçük Lana adasında doğmuştur. Adanın güney batı noktasında şuan içinde yaşayanların bulunmadığı Kaunolu köyünde ortaya çıkmıştır. Günümüzde ise kutsal, harabe bir yerdir. Belgeler ilk uçurum dalışçısının 1770 de Kaunolu'da 63 feet'lik uçurumdan (uçan) atlayan adam, dört adanın şefi Kahekili'dir. Savaşçıların sadakat ve cesaretini ispatlamaları için Kahekili bu atlayışı yaptırdı. Kahekili'nin 122m yükseklikten atladığı için uçan adam takma adı verilmişti. Daha sonra kral Kamehameha kontrolünde Kaunolu da uçurum atlayışı yarışları devam ettirilmiştir.

Belirli bir yükseklikten su içine yapılan mükemmel akrobatik bir uçurum dalışıdır. Bu spor muazzam fiziksel ve psikolojik kondisyon gerektirir. Erkekler 22m'lik bayanlar 18m'lik yükseklikten atlayıp 80km'den daha fazla bir hızla suya dalmadan önce yaklaşık 2.5 saniye süreyle havada akrobatik hareketlerle dalışlar icra ederler. Uçurum dalışında başarılı bir dalışçı olabilmek için olimpik dalıcı olarak 10 yıllık deneyim sahibi olunmalı ya da benzer bir spor disiplini içinde bulunulmalıdır. Clif diving'ciler atlayış yapmadan önce dalış manevralarını gerçekleştirebilmek için mükemmel teknik yeteneklere sahip olmalıdırlar. Dünya üzerinde yaklaşık 200 uçurum dalışçısı vardır. WHDF (World High Diving

Federation) kurulunca dünya üzerinde uçurum atlayışı gün geçtikçe tanınmaya ve yayılmaya başlamıştır. Özellikle redbull markasının yoğun desteğiyle görünürlüğü oldukça artmıştır (http76) .

#### **Resim 41/42: Uçurum Dalışı'nın Resimli Örnekleri.**



**Resim: 41**



**Resim:42**

**Kaynak:** Resim 41, [http://www.allposters.com/-sp/Man-cliff-diving-Acapulco-Mexico-Posters\\_i4182354\\_.htm](http://www.allposters.com/-sp/Man-cliff-diving-Acapulco-Mexico-Posters_i4182354_.htm) Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http72)

**Kaynak:** Resim 42, <http://www.superonline.com/haber/red-bull-cliff-divingin-5.-etabi-antalyada-41496> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http73)

#### **3.3.6. Su Sörfü (Wakeboarding/Wakesurfing)**

Su Sörfü'nün konsept ve tasarımını, Paul Fraser, kardeşi Murray ve sponsor oldukları Pro Snowboarder sporcusu ile birlikte icat etmişlerdir. Dünya Skiboard Derneği tarafından 1989 yılında Birinci Dünya Skiboard Şampiyonası Hawaii,de Kauai adasında Wailua Nehri üzerinde yapılmıştır. Yarışmalar Amerika Birleşik Devletlerinde 1990'lar boyunca yapılmıştır. Wakeboarding X Games II'ye rekabetçi bir spor olarak eklenmiştir. Dünya Skiboard Derneği adını Dünya Wakeboard Derneği olarak değiştirmiştir (http22). Su Sörfü, için suda yapılan snowboard benzetmesi yapmak mümkündür. Kısa ve geniş olan su sörfü tahtasını ayağına bağlayan kişi, tekneyle, dalgalı olmayan deniz üzerinde çekilmektedir. İlk bakışta snowboarda benzemekte ancak teknik olarak pek çok farklılığı bulunmaktadır. Örneğin bağlamalar, su üzerinde hareket etmeye olanak tanıyacak şekilde geliştirilmiştir. Yaklaşık 30 km hızla seyreden tekne, arkasında iki büyük dalga bırakmakta bu dalgalara "wake" adı verilmektedir. Su Sörfçüsü bu iki dalgayı rampa gibi kullanarak atlayışlarını gerçekleştirmektedir. Su Sörfü'nün en önemli özelliği sınırsız akrobatik hareket imkanına olanak tanmasıdır. Son derece zevkli ve geliştirilmeye müsait bir spor olan su sörfünün ülkemizde ve dünyada, gün geçtikçe daha çok ilgi görmesi şaşırtıcı değildir. Tekneyle aynı

hizada gitme, zıplama ve ipin üzerinden atlama gibi akrobatik hareketler içermektedir (http23).

Su Sörfü'nde ayakları tahtaya bağlama stili yani açılar çok önemlidir. Farklı seviyelerdeki kişilerin bağlama açılarının da farklı olması gerekmektedir. En mükemmel ve ergonomik şekilde olacak bağlama için öncelikle hangi ayağın önde tutacağına karar verilmesi gerekmektedir. Bundan sonra yapılması gereken açığı belirlemektir (Weber, 2000). Hemen hemen bütün Su Sörfü tahtaları çeşitli açı seçeneklerine olanak tanıyacak şekilde önceden delinmiştir. Bu deliklerle pek çok açı kombinasyonu yapmak mümkün olabilmektedir. Başlangıç seviyesi için en uygunu, ağırlığın arkada olduğu ve Su Sörfçüsüne daha fazla kontrol imkanı tanıyan bağlama stilidir. Bu stil bağlamada küçük atlayışlar yapmak da mümkündür. Arka bağlama: Açı sıfır olmalıdır. Ön bağlama: Ön ayağın açısı, wakeboardcunun tercihine göre, wakeboardun ön tarafına bakacak şekilde 15 - 27 derece arasında bir açı yapılmalıdır. Orta seviye için başlangıç seviyesindeki bağlama stili orta seviyede yetmeyebilir. Bunun nedeni hareketlerin kısıtlanmasıdır. Arka bağlama: Açı 0 ile 9 arasında değişebilir. Ön bağlama: Ortalama 18 derece olmalıdır. İleri seviye için Su Sörfü'ne hakimiyet hissediliyorsa ve daha fazla eğlence aranıyorsa ileri seviye için olan bağlama stili denenebilir ve daha özgürce hareket edilebilir. İleri seviyede arka bağlama: yaklaşık 9 derece ön bağlama: yaklaşık 9 derece Arka bağlama: açı 0 ile 9 arasında değişebilir. Wakeboardda hangi ayağın önde olacağı son derece önemli bir konudur. Hangi ayak öndeyken daha rahat hissediliyorsa o ayak doğru tercih demektir (http23).

#### **Resim 43/44: Su Sörfü'nün Resimli Örnekleri.**



**Resim 43**



**Resim 44**

**Kaynak:** Resim 43, <http://www.makefive.com/categories/sports/water/watersports> Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http74)

**Kaynak:** Resim 44, [http://www.northwales.co.uk/assets/files/images/mar\\_08/lb\\_nw\\_1204736547\\_wakeboarding-wakestock.jpg](http://www.northwales.co.uk/assets/files/images/mar_08/lb_nw_1204736547_wakeboarding-wakestock.jpg) Erişim Tarihi: 24.12.2009 (http75)

## İKİNCİ BÖLÜM

### EKSTREM SPORLARA KATILIM FAKTÖRLERİ

#### 1. SPOR KATILIMINDA GÜDÜLENME DAVRANIŞI

Tez çalışmasının bu bölümünde güdülere dayalı ekstrem spor tüketim güdülenmesinin belirlenmesi yönündeki amaca zemin oluşturan güdüler konu edilmiş; güdü ve güdülenme kavramlarının açıklanması yapılmış, sınıflandırılmasına yer verilmiş ve güdülenmeye ilişkin genel kuramlar olan kapsam ve süreç kuramları yüzeysel olarak incelenmiştir. Bunu takiben, spor alanındaki araştırmacıların ortaya koyduğu ve spor tüketimi davranışının açıklanmasında kullanılan sporda güdülenme araştırmalarına yer verilmiştir.

##### 1.1. Güdülenmeye İlişkin Kavramlar ve Sınıflandırılması

Güdü (motive), bireyi bir amaca ulaşmak için davranmaya iten, harekete geçiren, bireyin davranışını güçlendiren, etkinleştiren, yönelten bir iç güçtür (Başaran, 1991: 207-211). Güdüleme, bir veya birden çok insanı, belirli bir yöne (gaye veya amaca) doğru devamlı şekilde harekete geçirmek için yapılan çabaların toplamıdır (Eren, 1998: 233-238). Güdülenme ise, insanın belirli bir yönde davranmasına yol açan, onu böyle bir davranışa iten, bir işi yapmaya istekli kılan ruhsal durum olarak tanımlanmaktadır (Başaran, 1989: 163-169). Gnoth (1997), güdü ve güdüleme arasındaki farkı daha da belirginleştirmek için, bu iki kavramın inceleme alanlarını ele almıştır. Buna göre güdülenme, gözlemlenebilir ve nesnel olarak ölçülebilir olanı incelemekte, güdü ise bireyi belirli bir eylemde bulunmaya yönlendirenin ne olduğunu derinlemesine anlamaya çalışmaktadır. Benzer bir şekilde güdü ve güdülenme kavramları arasındaki ayrıma dikkat çeken McClelland (1985), güdüyü bireysel istek ya da eğilimli olunan bir durum (örneğin, acıkma), güdülenmeyi ise belirli bir zaman diliminde harekete geçirilmiş güdü (örneğin, bireyin belirli bir zamanda aç olması) olarak tanımlamıştır (Özel, 2009: 45-96).

Güdü, dürtü ve ihtiyaç kavramları birbirine yakın anlamda kullanılan kavramlardır. Dürtü (drive), insanın daha çok fizyolojik gereksinmelerini doyumak için uyaran itici güç olarak tanımlanmaktadır. Dürtünün güdüden ayrılan bir başka yönü de öğrenilmemiş



olmasıdır. Oysa güdülerin büyük bir çoğunluğu öğrenilmiştir (Başaran, 1991: 207-211). Dürtü, öğrenilmemiş olmasına bakılarak bazen içgüdü ile karıştırılmaktadır. İçgüdü (instinct), her tür canlının kendine özgü, kuşaklara göre değişmeyen, kalıplaşmış tepkileri (davranışları) yaratan ve sürdüren güçtür. İçgüdü'nün doğuş amacı, canlıyı yaşatmak ve soyunu sürdürmek için temel gereksinmelerini karşılamaktır (Başaran, 1991: 201-211). İhtiyaç (need) ise doyurulmamış bir arzunun, isteğin ya da organik bir yoksunluğun oluşturduğu içsel bir gerilim durumudur (Budak, 2000: 32-40). Bireylerde ihtiyaçlarını giderme davranışı oluşturan güdüler, oluşma biçimleri açısından çeşitli şekillerde sınıflandırılabilirler. Bireyin duyduğu ihtiyacın giderilme önceliği ve önemi, bireyin bu ihtiyacını gidermek için gösterdiği davranışın yönünü belirleyen faktörler arasındadır. Güdülerini çeşitlerine yönelik olarak yapılan en yaygın sınıflandırma, iç güdüler, fizyolojik güdüler, sosyal güdüler ve psikolojik güdüler şeklinde yapılanıdır (Aşıkoğlu, 1996: 41-43).

**İç Güdüler:** İçgüdü bireyleri doğal nitelik taşıyan gereksinimlere yönelten bilinçsiz davranışlardır. İçgüdü akla dayalı olmayan, tamamen bilinç dışı olarak oluşan davranışların bütünüdür. İçgüdüler, insanların hayvanlarla paylaştıkları ortak güdülerdir. Bu tür güdüler, öğrenmeyi gerektirmezler ve yaşam boyu unutulmazlar. Bu tür güdülere örnek olarak, örümceğin ağ kurması verilebilir. Giderilme biçimleri farklı olan acıkma, susama gibi gereksinimler de içgüdüler kapsamı içerisinde incelenmektedir.

**Fizyolojik Güdüler:** Bireylerin yaşamlarını devam ettirebilmeleri için gerekli olan temel ihtiyaçlarını gidermeye yönelik olan güdüler fizyolojik güdüler olarak adlandırılmaktadır. Bu tür güdüler yarı bilinçli yarı bilinçsiz güdülerdir. Bu tür güdülere de örnek olarak beslenmek, giyinmek verilebilir.

**Sosyal (Toplumsal) Güdüler:** sosyal güdülerini diğer güdülerden ayıran en önemli özellik bilinçli davranışlardan oluşmasıdır. Birey tek başına yapamadığı fakat yapmak istediği bir çok şeyi başkalarıyla bir araya gelerek ve bu kişilerin fiziksel, düşünsel, ruhsal gücünü birleştirerek daha yararlı sonuçlara ulaşabilir. Bireyleri biraraya getiren ve toplumsal yaşantıya iten güç bilinçli güdülerdir. Toplumsal güdülerini yaşanan toplumun kültürel özelliğine bağlı olması yaşanan toplumsal çevrelerin de birbirinden farklı olması, bireylerde oluşan toplumsal güdülerini birbirinden farklı olması sonucunu doğurmaktadır. Bu tür güdülere örnek olarak, bir gruba ait olma, yükselmek, eğitilmek, tanınmak, sevmek, sevilme, arkadaşlık kurmak verilebilir.

**Psikolojik Güdüler:** Bu tür güdüler, bireyin kişilik yapısı ve davranış özellikleriyle bütünleşen güdülerdir. Psikolojik ihtiyaçlardan kaynaklanan glerin analizini yapmak sosyal ve fizyolojik güdülerin analizine göre daha zor olduğu belirtilmektedir. Psikolojik güdüler son derece karmaşıktır. Olaylara ve kişilere göre çok değişken özellikler taşımaktadır. Psikolojik güdüleri genel kalıplar içerinde değerlendirmek ve özellikle bulardan kaynaklanan etki ve tepkileri ve bunların nedenlerini ortaya koyabilmek oldukça zor olmaktadır (Aşıkoğlu, 1996: 41-43).

Bir başka sınıflandırma rneği ise, Maslow tarafından yapılmıştır. Maslow, (1970) güdüleri birincil ve ikincil güdüler olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Birincil güdüler, organizmanın açlık, susuzluk gibi hayati ihtiyaçlarından kaynaklanır, fizyolojiktir. İkincil güdüler ise, daha çok sosyal çevrede edildiği güdülerdir (Selçuk, 1996: 201-217).

İnsanın bilinebilen güdüleri şöyle kmelendirilebilir:

1. Dengelenim güdüleri (açlık, susuzluk, solunum gibi)
2. Cinsel güdüler (evlenme, aile kurma, ocuk büyütme gibi)
3. Duygusal güdüler (korku, kızgınlık, öfke, nefret, dehşet, kaygı, sevgi...)
4. Kendiliğinden doğan güdüler (merak, bilişsel yönlenme gibi)
5. Toplumsal güdüler (başarı, bağlanma, dayanma, birlikte yaşama...) (Başaran,1991: 207-211)

Bireylerin arasındaki güdüsel ayrılıklar şunlardır:

1. Gdlerin anlatımı, kültürden kültüre ve aynı kültürdeki insandan insana değişebilir.
2. Belli bir güdü, değişik durumlarda, değişik davranışa yol açabilir.
3. Değişik güdüler, aynı davranışla kendilerini gösterebilir.
4. Güdüler, öncekinden daha değişik biçimlerde ortaya çıkabilir.
5. Gdlerin uyarılıp uyarılmamaları birey tarafından algılanan duruma ya da çevreye bağlıdır (Başaran, 1991: 207-211).
6. Güdüler, ayrıca, biri diğerini tamamlamak veya gücünü azaltmak suretiyle birbirlerine etkide bulunurlar (Eren, 1998: 233-238).

Bireylerin davranışlarını biçimlendiren güdülere ilişkin yapılmış diğer bir sınıflandırma ise, içsel ve dışsal güdüler sınıflamasıdır. Birey belirli bir ödül elde etmek için davranışta bulunuyorsa, bireyin bu davranışının dışsal güdülerce etkilendiği söylenebilir. Davranışın nedenleri arasında herhangi bir ödül elde etmek bulunmuyorsa ve bu davranış yalnızca bireyin kendi isteği ile gerçekleşiyorsa bu durumda içsel güdülenmeden bahsedilebilir (Iso-Ahola, 1983: 51, Masfeld, 1992: 404, Aktaran: Özel, 2009: 45-96). Günü sınıfladırmasını yönelik bir başka bakış açısını ise Cole ve Hall, (1966) ortaya koymuştur.

1. *Beden güvenliğini sağlama:* Yaşama, dinlenme, tehlikelerden, hastalıklardan ve kazalardan korunma, çalışma gibi gereksinmeler.
2. *Cinsel doyurulma:* Karşıt cinsin dikkatini ve ilişkisini sağlama, cinsel gerilimden kurtulma gibi gereksinmeler.
3. *Sevilme ve kabul edilme:* Sevilme güven içinde olma arkadaş ve dost edinme, toplumca beğenilme, bir kümeye katılma, başkalarını memnun etme, iyilik yapm, övölme gibi gereksinmeler.
4. *Toplumda yer edinme ve tanınma:* Mal edinme, edindiklerini koruma, önder olma, önderi izleme, başkalarını yönetme, başkalarını koruma, başkalarını öykünme, saygınlık kazanma, kınanmaktan, ayıplanmaktan kaçınma gibi gereksinmeler.
5. *Bilişsel yaşam ve yaratıcılık:* Başkaları ile aynı düşüncede olma, kendini anlatabilme, özendirilme, desteklenme, düşünme, bilgi ve beceri edinme, bunları yorumlama, örgütleme, açıklama, yollarını arama gibi gereksinmeler.
6. *Kendini bilme ve geliştirme:* (öz gerçekleştirim) Gelişme, kusurlarını ve engelleri yenme, amacına ulaşma ve zorlamalara karşı koyma, kendini bilme, tanıma ve bulma gibi gereksinmeler (Cole, Hall, 1966: 29-31).

## 1.2. Genel Günülenme Kuramları

Günülenme kuramlarına geçmeden önce bu kuramların doğmalarına sebep olan çalışma isteksizliği kavramının üzerinde durmak gereklidir. Şöyle ki; 18. yüzyılın ortalarından sonra makineleşmenin başlattığı endüstri devrimi ile üretimdeki güç insandan makineye devrolunmuştur. Teknolojinin sürekli gelişimi, insanları işlerinden olma tehlikesi ile baş başa bırakmış ve toplumdaki güvenin sarsılmasına sebep olmuştur. İş üzerindeki ana unsurun insandan makineye doğru kayması, insanı işsiz kalmak kadar tehlikeli olan amaçsız kalma hissi ile de karşılaştırmıştır. Bu etken insanlarda çalışma isteksizliği doğurmuştur.

1950'lerden sonra makineleşmeden otomasyona doğru geçildikçe yani makinelerin fiziksel güçlerine bir nevi düşünsel güç eklendikçe isteksizlik daha da yoğunlaşma göstermiştir. Üretim faaliyetleri ile başlayan daha sonraları basit karar mekanizmalarına kadar inen otomasyonlaşma derecesi, insanın makineler üzerindeki denetimini önemli ölçüde azaltmıştır. Çalışma düzeninde köklü değişiklikler getiren otomasyon, çalışanların alışkanlıklarını ve ruhsal yapılarını da olumsuz etkilemiştir (Sabuncuoğlu, 2001: 134).

“Teknolojik Gelişmeler = Çalışma İsteksizliği”

Bahsedilen tarihi süreç içerisinde, çalışma isteksizliğini, alışkanlıklardaki ve ruhsal yapılarıdaki olumsuz değişiklikleri gidermek ve insanları yönlendirmek konularında araştırmacılarca çeşitli güdülenme kuramları önerilmiştir. Bu kuramlar, insanları güdüleyen faktörleri belirlemek ve güdülenmeyi sürdürülebilir kılmak üzerinde yoğunlaşırlar. Bazıları insanın ihtiyaçlarının ifadesi olan güdülere yani içinden gelen faktörlere ağırlık verirken bazıları da insana dışardan verilen teşviklere ağırlık vermişlerdir. Bu bağlamda, güdülenme kuramlarını iki ana grupta toplamak mümkündür. Bunlardan ilki içsel faktörlere ağırlık veren “*Kapsam Kuramları*” ikincisi ise dışsal faktörlere ağırlık veren “*Süreç Kuramları*”dır. Kapsam Kuramları ile Süreç Kuramları arasındaki ayrım başka bir deyişle ifade edilmeye çalışılırsa; Süreç Kuramları, davranışın sonucunu hedeflerken Kapsam Kuramları, davranışın öncesini yani amacını hedeflemektedir (Koçel, 2001: 510). Güdülenme konusunda bahsedilen kuramlar, hedefleri ve güdülenme konusuna yaptıkları katkılar ise şöyle toparlanabilir:

**Tablo 3: Güdülenme ile İlgili Kuramların Hedef ve Katkıları**

<b>KURAM</b>	<b>HEDEFİ VE KATKISI</b>
Güdüleme Kuramı	Bireylerin kendi davranışlarını Őekillendiren gerĥek psikolojik gçler hakkında bilinĥli olmadıkları görüşü ileri srlmştir (zel, 2009: 45-96).
İhtiyaĥlar Hiyerarşisi	İnsan, sahip olduğu, belirli sıradaki ihtiyaĥlarını tatmin edecek davranışları gösterir.
Hijyen	İhtiyaĥlar yine güdülenmenin temel faktörlerindedir; fakat bazıları motive etmez sadece güdülenme iĥin gerekli ortama katkı sağlarlar.
Başarı İhtiyacı	Kişinin başarıya olan isteği ne kadar fazla olursa performansı da o kadar fazla olur.
ERG	İnsan sıra halindeki ihtiyaĥlarını tatmine ĥalıřır. (İhtiyaĥlar arasında kesin sıra yoktur.)
Bekleyiş ( V )	İnsan, işi ilgilendiren ödüllere değer biĥer ve gayreti ile ödül arasında ilişki olduğunu bilerek hareket eder.
Bekleyiş ( L & P )	Ana nokta gayret – dl ilişkisidir; fakat kişi kendi dl ile başkalarınınki arasında eşitlik olmasını bekler.
Davranış Őartlandırma	dl ya da ceza kullanılarak davranışların sürdürülmesi, durdurulması, kuvvetlendirilmesi veya zayıflatılması amaĥlanır.
Eşitlik	İnsanlar ĥabaları sonucu elde ettikleri sonuĥlar ile başkalarınınkini karşılaştırma eğilimindedir.
Amaĥ	İnsanların güdülenme ve performans dereceleri sahip oldukları amaĥlarının ulaşılabilirliğine bağlıdır.

**Kaynak:** Koĥel, 2001: 527.

### 1.3. Sporda Güdülenme

Yaklaşık yirmi yıllık zaman iĥerisinde fiziksel aktivitenin sağlığa yararları ile ilgili bir ĥok araştırma ve kanıt ortaya konmuştur. Gerĥekleřtirilen bu araştırmalarda fiziksel sağlığı geliştirmek iĥin hangi tip fiziksel aktivitenin yararlı olduğu saptanmıştır (American College of Sports Medicine, 1990). Elde edildiği söylenen bu yararın arzulanan miktarda olup olmadığı ve popülasyonun büyük bir bölümünün neden hafif-orta düzeyde fiziksel aktiviteye dahil olduğunun cevabı psikolojiye özgü güdülenme alanında bulunmaktadır. Güdülenme, hem yarışma, koĥ davranışları gibi sosyal ĥevrenin gelişim ĥıktısı olarak hem de öğrenme ve performans gibi davranış değişkenleri üzerine gelişimsel bir etki olarak spordaki en ilginĥ problemlerden birini oluşturmaktadır. Spor güdülenmeleri iĥsel güdülenme, dışsal güdülenme ve ağdlenme olarak ĥ farklı tipten oluşmaktadır (Duda, 1989:40-63).

Sporadaki güdülenmeye Porter ve Lawler (1968) içsel ve dışsal çalışma güdülenmesi modelini önermişlerdir. İçsel güdülenmeyi bireylerin aktiviteyi yaparken o aktiviteyi ilginç bulmaları ve o aktiviteden zevk almalarını içermektedir. Dışsal güdülenme ise aktivitenin kendisinden kaynaklanmamaktadır. Aksine somut, maddi ve sözel ödül gibi bazı araçlar gerektirmektedir (Porter ve Lawler, 1968: 13). İçsel ve dışsal güdülenmeyi değerlendirirken içsel güdülenme ve dışsal güdülenmenin her bir çeşidi farklı davranış sebeplerini gerektirir ve bu sebepler güdülenme çeşidini belirlemeyi sağlamaktadır. Ryan ve Connell (1989), ailelere yönelik gerçekleştirdikleri ankette katılımcılara neden özel davranışlarda bulduklarını sormuşlardır. Katılımcılar ise, davranışları ile ilgili çeşitli sebepler sunmuşlar ve içsel güdülenme ya da dışsal güdülenme çeşitlerinden birini yansıtmışlardır. Dışsal güdülenme sebepleri arasında yükselme ve patrandan azar işitmeme yer alırken, içsel güdülenme sebepleri arasında kendini suçlu hissetmekten kaçınmak ya da kendini kötü hissetmekten kaçınmak gibi sebepler yer almaktadır (Gagne, Deci, 2005:331-362). Spora katılım güdülenmesi ile ilgili yapılan ilk çalışmalar, beceri gelişimi ve öğrenimi, eğlence, fiziksel zindelik, arkadaş edinme ve başarmanın spora katılımı etkileyen en önemli nedenler olduğunu ortaya koymuştur (Gill ve ark., 1983:11-14). Gould (1982), spora katılım güdülenmesi ile ilgili yapılan araştırmaların ve toplanan verilerin antrenörlere, idarecilere ve liderlere program hazırlamada faydalı olacağını ve bu sayede antrenörlerin etkinliklere katılan bireylerin ihtiyaçlarını karşılayabileceğini, ihtiyaçları belirlenen ve bu doğrultuda etkinliğe yönlendirilen bireylerin psikolojik ve motorsal gelişimine olumlu etkide bulunacağını belirtmiştir.

Yapılan bu çalışmalar, Gill ve ark. (1983) tarafından, bireyin spora katılma nedenlerinden çok, fiziksel etkinliğe olan tutumunu ölçmeye yönelik çalışmalar olarak nitelendirilmiş ve bu konu ile ilgili araştırma modelinin olmadığını standart ölçüm araçlarının da bulunmadığı belirtilmiştir. Buna dayanarak; Gill ve ark. (1983), genç bireylerin spora katılma nedenlerini belirlemek amacı ile "Spora Katılım Güdüsü Ölçeği" (Participation Motivation Questionnaire)'i geliştirmişlerdir. Gill ve ark. (1983) tarafından yaz spor okullarına devam eden 1138 öğrenci üzerinde geliştirilen bu envanterde bireylerin spora katılım nedenleri Beceri Geliştirme, Takım Üyeliği/Ruhu, Eğlence, Arkadaşlık, Başarı/Statü, Enerji Harcama, Fiziksel Uygunluk ve diğer sebepler olmak üzere sekiz genel boyutta değerlendirilmektedir. Gill ve ark. (1983)' tarafından geliştirilen spora Katılım Güdüsü Ölçeği (PMQ) daha sonra bir çok araştırmacı tarafından (örn.,Gould ve ark, 1985: 4; Ryckman ve Hamel, 1993: 5) kullanılarak benzer genel boyutlar elde edilmiştir (Gill, ark. 1983: 11-14).

### 1.3.1. İçsel Güdülenme

İçsel güdülenmede bireyin özel bir aktiviteye dahil olmadaki ısrarcılığının altındaki düşüncelerinin gücü, otonomisi ve aşırı isteği yer almaktadır. Aksine, birey dış koşullar altında ve/veya bir aktivitede kendisini yetersiz hissettiği zaman içsel güdülenme zayıflamaktadır. Sonuç olarak, ya aktivite dışsal ödüllere bağlı olarak devam edebilir ya da güdülenme durumu ortadan kalkmaktadır (gelecekteki aktivitelerde de kendini yetersiz hissetmesine neden olabilir) (Whitehead, ve Corbin, 1991: 225-231). Duygu kontrolü ve yeterlik/yetkinlik spor ve fiziksel aktivitelere katılımda yol gösterici faktörlerdir ve fiziksel aktiviteler esnasında eğence, heyecan ve diğer tatmin edici duyguların ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında fiziksel aktivitenin içsel olarak gdlendiği kolayca grlebilir. Öte yandan bazı bireyler herhangi bir ücret ödemeksizin ya da mecbur olmadıkça aktiviteye katılmayacaklarını söylerler. Diğerleri ise, fiziksel mücadelelere katılımlarında kendilerini yetersiz, sinirli, baskı altında hissettiklerini ifade etmektedirler. Bu nedenle, bireyin egzersize katılımdaki sürekliliği güdüleyici yapılarla ilişkilidir. Gerçekleştirilen bir çok çalışmalarla bu durum desteklenmektedir. Örneğin, genç sporcuların spora katılmalarındaki en önemli sebeplerden biri o spora katılmayı eğlenceli bulmalarındır. (Gill, Gross, ve Huddleston, 1983: 1-14). Dahası, diğer yapılan çalışmalarda bu eğence duygusu kazanma, ödül elde etme ya da diğerlerini memnun etme gibi dışsal faktörlerin sonuçlarından daha ziyade beceri gelişimindeki memnuniyetin, kişisel başarı ve heyecan gibi içsel deneyimlere bağlı olduğu görülmektedir (Wankel, ve Kreisel, 1985: 51-64).

İçsel güdülenme araçları, doğrudan aktivitenin doğasıyla ilgilidir ve işin içeriğinden kaynaklanır. İlgı çekici ve zorlayıcı ise, yapılan aktivitede bağımsızlık, aktivitenin uygulayan açısından önemi, aktiviteye katılım, sorumluluk, çeşitlilik, yaratıcılık, kişinin yeteneklerini ve becerilerini kullanma fırsatları, kişinin performansıyla ilgili tatmin edici geri bildirim gibi faktörleri içermektedir (Clifford, 1985:365-385). İşin kendisine odaklanan Hackman ve Oldman (1975), kavramsal olarak bağımsız olan beş iş özelliği tanımlamışlardır ve bunların herhangi birinin uygulanabileceğini ileri sürmüşlerdir. Bu zellikler; yetenek çeşitliliği, aktivitenin kimliği, aktivitenin önemi, bağımsızlık ve geri bildirimdir. (Hackman ve Grey 1975: 159-170).

### 1.3.2. Dışsal Güdülenme

Sporcuların birçoğu yaptıkları sporun mükemmeli maceraları karşısında oldukça büyük bir mücadele vermektedirler. Sporcular stn performansa doğru yol alırken oldukça yoğun antrenman saatleri, sakatlıkları, önleyici ya da giderici rehabilitasyon süreçleri, stres, yarışma kaygısı ve yenilme korkusu ile yzleşmektedirler. Bu mücadeleye dayanmak, sadece fiziksel dayanıklılık ve ustalık değil aynı zamanda psikolojik g de gerektirmektedir. Bu durum sporcularda ve koçlarda aynıdır ve önemi de yadsınamaz bir gerçektir. Araştırmalar, sporcuların iki şekilde güdülendiğini ifade etmektedir. Birincisi, sporcuların ilişkili olduğu spordan memnuniyet duyması, eğlenmesi vb. duygular yaşamasını sağlayan içsel güdülenme, ikincisi ise, sporcuların ilişkili olduğu spordan somut olarak, maddi (para), sosyal (prestij, statü vb) ve ödül gibi yarar elde edebilmesini sağlayan dışsal gdlenmedir. (Robert , 1999: 42-169). Dışsal güdülenme araçları Mottaz'a (1985) göre, iki boyut içermektedir. Birinci boyut sosyal güdülenme araçları ile ilgiliyken, ikinci boyut örgütsel araçlarla ilgilidir. Sosyal güdülenme boyutu, arkadaşlık, yardımseverlik, iş arkadaşlarının ve amirin desteği gibi faktörleri içerir ve kişiler arası ilişkilerin niteliğine dayanır. Dışsal güdülenme araçlarının örgütsel boyutu ise, iş performansını artırmak için örgüt tarafından sunulan olanaklarla ilgilidir. Bu araçlar somuttur ve çalışma ortamındaki kaynakların yeterliliği, ücret eşitliği, yükselme fırsatı, ek yararlar ve is güvencesi gibi faktörleri içermektedir. Bu faktörler, enstrümental güdülenme araçları olarak da adlandırılmaktadır (Clifford, 1985: 365-385). Dışsal güdülenme, birbirinden ayrılabilir sonuçlara ulaşmak için aktivite bittiğinde elde edilen bir yapıtaştır. Bu yüzden, dışsal güdülenme somut yararlarından ziyade basit bir şekilde yapılan aktiviteden keyif alınmasını sağlayan içsel güdülenmenin tersidir. Dışsal olarak güdülenmiş davranış kalıtsal değildir, bu yüzden öncelikle dışardan teşvik edilmelidir. İnsanoğlunun davranışı gerçekleştirmeye istekli olmasının başlıca sebebi, diğerleriyle kurulan ilişki, aile ortamı, bir akran grubu ya da bir topluluk oluşturmaya verilen değerdir (RyanveDeci, 2000: 54-57).

### 1.3.3. Agdlenme

Harekette bulunma isteğinden yoksun olma durumu agdlenme olarak adlandırılır. Agdlenmiş olduğu zaman kişinin davranışları isteksizdir ve agdlenme bir aktivitenin anlamsızlaşmasıyla sonuçlanmaktadır (Ryan, 1995: 397-427). Bireyler hareketleri ve hareketlerini devam ettirme arasındaki ilişkiyi kavrayamadıklarında agdlenmiş olurlar.



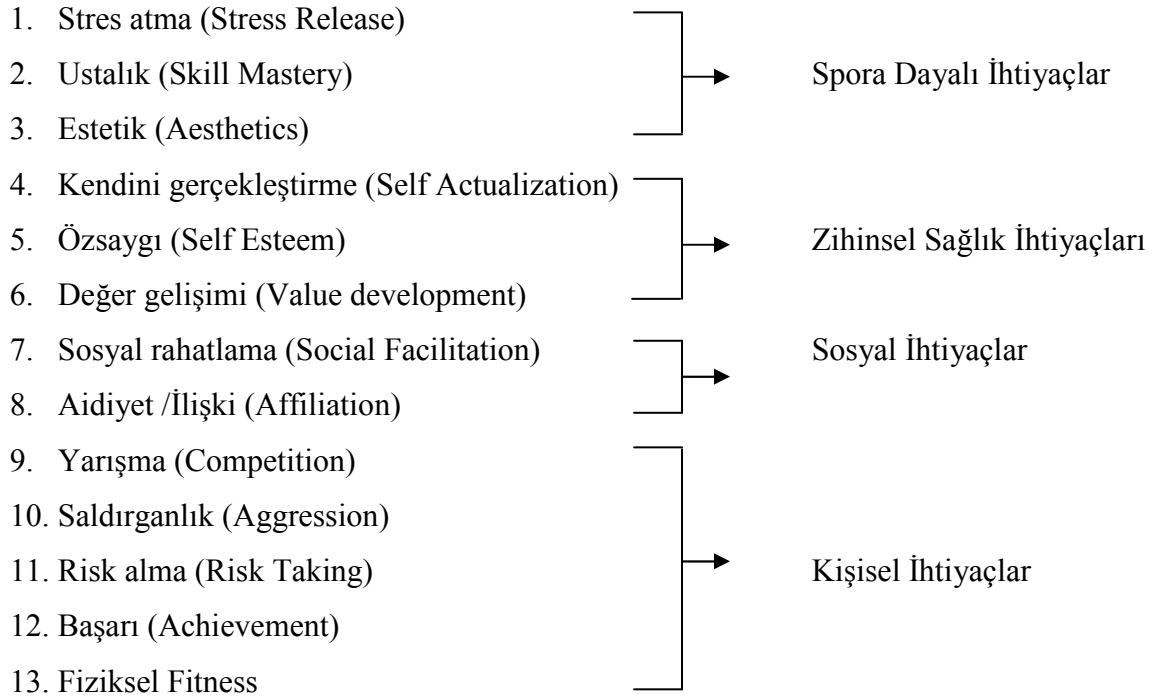
Agüdülenme durumunda, kontrol zayıflığı ve yetersizlik duygularının bir deneyimi mevcuttur. Bu tip güdülenme yaptığı işi neden yaptığını tam olarak anlamlandıramayan (yaptığı işin gerçek bir anlamı olmayan) kişiler tarafından tanımlanmıştır. Sporcular ümitsizlik duygusu ile terapiyi gerçekleştirirlerse zaman kaybedeceklerine inanmakta ve bu durumda terapinin onları güdülenmeyeceğini düşünmektedirler ( Luc ve ark., 1997: 414-435 ).

#### **1.3.4. Genel Katılım ve Seyirci Güdülenmesi**

Gill, Gross ve Hudleston (1983), geliştirmiş oldukları Participation Motivation Inventory (PMI) ölçeği spora katılım güdülenmesine yönelik geliştirilen ilk ölçektir. Otuz ifadeden oluşan ölçek, çocukların spora katılmasına sebep olabilecek sekiz olası faktörü içermektedir. Bu faktörler, başarı/statü (achievement/status), takım (team), fitness (fitness), enerji boşaltımı (energy release), yetenek (skill), arkadaş (friend), eğlence (fun), diğerleri (aile, koçlar ve ekipman) gibi güdüleyicilerden oluşmaktadır. Yaklaşık otuz yıldır teorisyenler, spor katılımcılarının ve izleyicilerinin spor güdülenmelerini belirlemeye çalışırken bazı güdüleyici faktörler ortaya koymuştur. Ortaya çıkan bu güdüleyici faktörlerin bir araya getirildiği “Sport Fan Motivation (SFMS)” ölçeğini geliştiren ilk araştırmacı ise, Wann (1995)’dir. The Sport Fan Motivation (SFMS) spor taraftarlarının sekiz farklı güdülenme faktörünü ölçmektedir. Bu faktörler; Pozitif Stres (Eustress), Özsaygı (Self Esteem), Kaçış (Escape), Eğlence (Entertainment), Ekonomik (Economic), Estetik (Aesthetic), Grup Üyeliği (Group Affiliation), Aile (Family)’dir (Wann, 1995: 377-396). Kahle, Kambara ve Rose (1996) kolej futbol oyunlarına katılanlar için psikolojik güdülenmedeki bireysel farklılıkları incelemişlerdir. Spor izleyicilerinin tüketim güdülenmesi üzerine geliştirmiş oldukları ölçeklerinde İçselleştirme (Internalization), Kendini İfade Etme Deneyimi (Self-Expressive Experience), Arkadaşlık (Camadarie), İtaat (Compliance), Zorunluluk (Obligation), Kişisel Deneyim Tanımlama (Self-Defining Experience), Kimlik Kazanma (Identification with Winning) gibi güdülenme faktörlerinin bulunduğu Fan Attendance Motivations (FAM) adında bir ölçek geliştirmişlerdir. Bir takımla duygusal ilişkinin düzeyi, oyunlara katılım için kazanma ve arkadaşlığın önemi üzerine odaklanmışlardır. Kahle, Kambara ve Rose (1996), Kelman (1958)’nin tutum etkisi teorisine dayalı olarak geliştirdikleri ölçekte kendini ifade etme deneyimi (self-expressive expreince), arkadaşlık (camaraderie) ve oyun sevgisi (love of the game) gibi güdüleyicilerin kolej futboluna katılımdaki önemini ortaya koymuşlardır. Bu unsurlar spor izleyicilerinin tüketim davranışı için önemli güdüleyiciler olabilir fakat, diğer potansiyel güdüleyiciler Kelman’ın teorisyle

ilişkili olmadığı için değerlendirmeye almamışlardır (Bernthal ve Graham 2003: 5; Trail ve James, 2001: 108-127). Milne ve McDonald (1999) spor tüketim güdülenmesini ortaya koyan ilk araştırmacılarıdır. Motivation of Sport Consumer (MSC) adlı ölçeği geliştirmişlerdir. Ölçekte, Zihinsel Sağlık İhtiyaçları, Spora Dayalı İhtiyaçlar, Sosyal İhtiyaçlar ve Kişisel İhtiyaçlar olarak dört faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerle toplam on üç yapıdan oluşmaktadır. Bu on üç yapı aşağıda belirtilmiştir;

### Şekil 1: Milne ve McDonald'ın Spor Tüketim Güdüleyicileri



**Kaynak:** Milne ve McDonald, 1999: 21-38

Trail ve James (2001), Motivation Scale Sport Consumption (MSSC) adlı ölçeği literatürden ve aynı zamanda Wann (1996)'nın The Sport Fan Motivation ve Milne ve McDonald (1999)'ın Motivation of Sport Consumer ölçeğinden yararlanarak geliştirmişlerdir. Motivation Scale Sport Consumption'daki güdüleyiciler spor sosyolojisi literatürü ve daha önceki çalışmalarda belirlenen güdüleyicileri içermektedir. Trail ve James (2001), sporu takip etmek için dokuz güdüleyici olduğu hipotezini ortaya koymuştur. Bu dokuz güdüleyici, başarı (achievement), bilgi edinme (acquisition of knowledge), estetik (aesthetics), drama/pozitif stres (drama/eustress), kaçış (escape), aile (family), katılımcıların fiziksel çekiciliği (physical attractiveness of participant), katılımcıların fiziksel yeteneklerinin kalitesi ve sosyal etkileşim'dir. McDonald (2002) Birleşmiş Milletlerde dokuz popüler spor branşı (beyzbol,

basketbol, bowling, balık tutma, futbol, golf, softbol, tenis, voleybol) için spora katılımı etkili olduğunu düşündüğü risk alma (risk taking), stres atma (stres reduction), saldırganlık (agression), bağlılık (affiliation), sosyal facilitation (sosyal rahatlama), öz saygı (self esteem), yarışma (competition), başarı (achivement), ustalık (skill mastery), estetik (aesthetic), değer gelişimi (value development), kendini gerçekleştirme (self actualization) fiziksel fitness (physical fitnesss), gibi on üç faktörü incelemiştir. Araştırmaları sonucunda iki faktör hariç (başarı ve özsaygı) spor katılımcılarının on üç faktörün on birinde önemli derecede farklılık gösterdiklerini belirlemişlerdir. Buna ek olarak, araştırmacılar bireysel sporlar ve temaslı sporlar arasında güdüleyici farklılık saptamışlardır. Temaslı spor takımları örneğin; futbol, basketbol ve beyzbol gibi branşlarda katılımcılar yüksek fiziksel risk düzeyi tarafından güdülenirken bireysel sporlarda bu faktör en düşük düzeydedir.

#### **1.4. Ekstrem Sporların Tüketimini Etkileyen Güdüler**

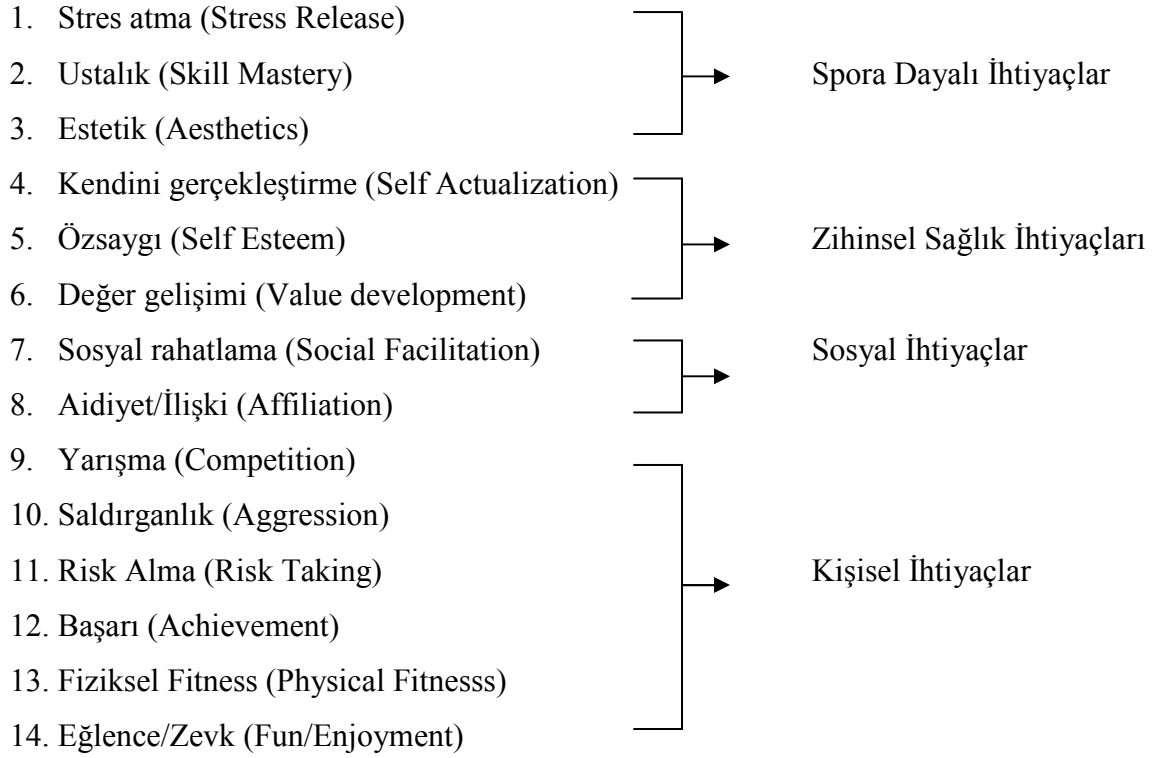
Ekstrem spor katılımcıları yüksek düzeydeki uyarılma, adrenalin, saldırganlık, heyecan, mücadele, benzersizlik, psikolojik durum, fiziksel/manevi rahatlık ve başarı gibi özelliklerden güdülenmektedir (McDonald ve ark. 2002:100-113 Aktaran: Park, Ko ve Claussen 2008: 111-124). Tangen-Foster ve Lathen, (1983) yüksek ekstrem aktiviteleri belirlemek adına özellikle büyük üniversitelerden oluşan 120 beden eğitimi bölümü başkanına anket göndermiştir. Amerika'da devam eden risk devriminin bir parçası olduğu düşünülen derslerde duyarlılıkla ilgili birçok soru sorulmuştur. 73 yanıtlayıcıdan geri dönüş sağlanmış ve analiz edilmiştir. Yanıtlayıcıların %96'sı parachuting'i yüksek ya da olağan üstü ekstrem, hang gliding'i %92, rock climbing'i %64, scuba diving'i %32' ise ekstrem bir spor olduğunu ortaya koymuşlardır (Leunes, Nation, 1996: 365-375). Ekstrem sporlara katılımın ardında yer alan güdüleyici faktörler üzerine diğer bir çalışma da Farmer (1992), tarafından gerçekleştirilmiştir. ABD'de yirmi sörf mağazasına dağıtılan anketler elli sörfçü tarafından yanıtlanmıştır. Anket soruları Kenyon'nun (1968), (Physical Activity Attitudinal Scale) Fiziksel Aktivite Davranış Ölçeğinin yenilenen versiyonunu içermektedir. Sorular altı kategorili (Baş Dönmesi, Gizli Kalmış Duyguları Açığa Çıkarma, Estetik, Sosyal, Sağlık ve Fitness, Rekabet) güdülenme ölçeğinden oluşmaktadır. Kenyon (1968)'un ölçek sonucunda ekstrem sporlara katılım sebepleri arasında Baş Dönmesi, Gizli Duyguları Açığa Çıkarma, Estetik kategorileri en yüksek ilişkiye sahiptir. Ancak araştırma incelendiğinde, sörfçüler baş dönmesini %79 oranında diğer kategorilere göre sörfçülerin sörf yapmaları için en önemli sebep olduğunu ortaya koymuştur. Sörfçülerin sörf yapma sebebi olan güdülenme

faktörleriyle ilişkili diğer kategorilere bakıldığında %9 gizli duyguları açığa çıkarma, %6 estetik, %4 rekabet, %2 sağlık ve fitness, %0 sosyal, oranları belirlenmiştir. Risk alma, baskın spor branşlarından ziyade ekstrem sporlara katılımında en önemli güdüleyici faktör olarak görülmektedir (Shoham ve ark., 1998: 307-321). Shoham (1998), ekstrem sporlara katılımında algılanan yararların rolünü incelemiştir. Araştırmasında, skydiving, hang gliding, parachuting gibi bazı ekstrem sporlarda öncelikli güdüleyici faktörlerin heyecan ve macera arama olduğunu saptamıştır. Ayrıca, bireylerin ekstrem sporları seçmesindeki nedenin, günlük hayattaki rutin yaşam stilinden uzaklaşmaya imkan sağlaması olduğunu ifade etmiştir. Rinehart ve Sydnor (2003), gençlere geleneksel sporlardan ziyade ekstrem sporların daha çekici geldiğini, bunun sebebinin ise performanslarını diğer kişilere daha fazla göstermelerine olanak sağlaması olduğunu ileri sürmektedir. Y kuşağı tarafından ekstrem sporlara artan eğilim, bu yaş üzerinde ekstrem sporlara katılımı etkileyen faktörler üzerinde çalışılması gerekliliğini ön plana çıkarmaktadır.

Literatürde ekstrem sporlara katılımı etkileyen faktörler ve ekstrem spor tüketim davranışı ile ilgili çok az bilgi bulunmaktadır (Bennet, Henson ve Zhang 2003). Ekstrem spor katılımı ve ekstrem spor tüketim davranışı ile ilgili güdüleyici faktörler, ekstrem spor tüketici isteklerinin belirlemede spor pazarlayıcıları için gereklidir. Çünkü, güdülenme spor katılımında en önemli belirleyicidir (McDonald, Milne ve Hong 2002: 100-113).

Park (2004), “*Analyzing Motivational Factors of Action Sports Participants*” adlı tez çalışmasında 15 farklı ekstrem sporlara katılım güdüleyicisini araştırmıştır. Park (2004), çalışmasında McDonald, Milne ve Hong (2002)’un 13 faktörüne (risk alma, stres atma, saldırganlık, bağlılık, sosyal rahatlama, öz saygı, yarışma, başarı, ustalık, estetik, değer gelişimi, kendini gerçekleştirme, fiziksel fitness) modaya uyma ve eğlence/zevk faktörlerini eklemiştir. Park (2004), çalışma arkadaşları Ko ve Claussen ile birlikte 2008 yılında ekstrem spor tüketim ölçeğini geliştirmişlerdir. Park, Ko ve Claussen (2008) ekstrem spor tüketimi ile ilgili yaptıkları son araştırmalarında on dört faktör ortaya koymuşlardır. Araştırmacılar ekstrem sporlara katılım güdülerini ölçmek için literatürden ve McDonald ve ark. (2002)’nin geliştirmiş olduğu 13 faktörden oluşan Motivation Sport Consumer (MSC) ölçeğinden yararlanmışlardır. Park, Ko ve Claussen (2008), yapmış oldukları araştırmalarında Eğlence/Zevk (Fun/Enjoyment) isimli on dördüncü faktörü ölçeklerine eklemiştir. Bu faktörler Şekil 2’de aşağıda belirtilmektedir.

## Şekil 2: Park, Ko ve Claussen'nin Ekstrem Spor Tüketim Güdüleyicileri



**Kaynak :** Park, Ko ve Claussen, 2008: 111-124.

Ekstrem sporlara katılım ile ilgili belli başlı güdüler, stres atma, ustalık, estetik, kendini gerçekleştirme, özsaygı, değer gelişimi, sosyal rahatlama, aidiyet/ilişki, yarışma, saldırganlık, risk alma, başarı, fiziksel fitness, eğlence/zevk'dir.

## 2. SOSYAL FAKTÖRLER

Spor bireyin dinamik sosyal çevrelere katılımını sağlayan sosyal bir etkinlik olması özelliğinden dolayı kişinin sosyalleşmesinde önemli bir role sahiptir. Modern toplumlarda sporun çoğunlukla kollektif bir etkinlik olduğu göz önünde bulundurulduğunda, sportif faaliyetler aracılığıyla, spor ile ilgilenen bireyler değişik insan grupları ile sosyal ilişkiye girmektedir. Spor, bireyin kendi dar dünyasından kurtularak başka ortamlarda, başka kişilerden, inançlardan, düşüncelerden insanlar ile diyalog içinde bulunmasını, onlardan etkilenmesini ve onları etkilemesini sağlamaktadır. Bu yönü ile sporun, yeni dostluklar kurulmasına, pekiştirilmesine ve sosyal kaynaşmaya destek sağladığı söylenebilir. Spor sadece spor yapanlar değil izleyici kitleler arasında da önemli bir sohbet ve muhabbet konusu oluşturmaktadır (Çaha, 1999: 15-23). Başlangıçta kişisel bir olgu olarak başlayan sportif

faaliyetler, daha sonraları toplumsal bir nitelik kazanmasıyla daha geniş kitlelere ulaşmayı başarmıştır (Küçük ve Acet, 2002: 369-375). Her türlü spor etkinliği sosyal bir deneyimdir ve çoğu zaman duyguları içerir sportif etkinliklere katılan birey oyun ve hareketler aracılığı ile duygularını ifade etme imkanı bulmaktadır. Bu bağlamda, spor yapanlar ile spor yapmayanların kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi ele alan bir araştırmasında; Tiryaki (2000: 20-25), spor yapanların yapmayanlara göre daha dışa dönük ve duygusal olarak dengeli olduklarını belirlemiştir. Netice itibari ile ister amatörce, isterse maksimal performansa yönelik profesyonelce yapılan sportif faaliyetler, kişiyi çeşitli açılardan kontrol altına alan eksiklerini geliştiren ve tamamlayan, fazlalıklarını da olumlu bir şekilde harcamasına ortam oluşturacak, kişiliğin gelişmesine önemli katkılar sağlayan bir araç olduğunu ifade etmiştir. Çeşitli bilim adamları, düşünürler, spor ahlakçıları, sportif etkinliğin kişilik üzerine etkilerini aşağıdaki gibi genelleştirmektedirler Başer, 1998: 25.

1. Spor karakteri şekillendirir.
2. Takım sporları işbirliği yapmayı öğretir.
3. Bireysel sporlar kişisel disiplini geliştirir.
4. Spor erkekçe mücadeleyi öğretir.
5. Beden eğitimindeki serbestlik ve zorunlu olmayış öğrenci-öğretici ilişkilerini geliştirerek, sporcunun sosyalleşme sürecini kolaylaştırır.
6. Tehlikeli idmanlar cesareti artırır.
7. Bazı spor dalları yüksek iletişim değerlerine sahiptir. Özellikle bedensel temasın olduğu spor dallarında bu daha belirgindir.
8. Spor saldırganlık dürtülerine doğal yol ile sosyal kurallara uygun olarak boşaltmayı öğretir

Spor ve sosyalleşme ilişkisinin temelinde her yaştan ve gruptan insanın spora nasıl yönlendirildiği ve buradan edinilen tecrübelerin onun yaşamını nasıl etkilediği soruları yatar. Bu sorular, sporda toplumsallaşmanın iki aşamada gerçekleştiğini ortaya koymaktadır. Ön sosyalleşme denen birinci aşama, kişinin bir sosyal davranış alanı olan sporla ilişkiye geçmesi sürecidir. Sporda sosyalleşmenin ikinci aşamasının konusu, sporda edinilen tecrübelerin kişinin yaşamını nasıl etkilediği sorusu oluşturur. Sporda gerçekleşen bir sosyalleşme yaşamın diğer alanlarında da etkili olabilir mi? ya da burada edinilen davranış özellikleri günlük

yaşama taşınabilir mi? Uzun müddet bu transferin mümkün olduğu varsayılmış ve bu konuda yorumlar doğruluğu iyice sorgulanmadan bilimsel bir gerçek gibi benimsenmiştir (İkizler, 2000:10-40).

Spor, toplum hayatında çok değişik yollardan giderek, bireyleri doğrudan ya da dolaylı olarak kendisine bağımlı kılmış ve her zaman insanların ilgisini canlı tutmayı başarmış bir sosyal olgudur. İnsanların vazgeçilmez zevklerini, ihtiyaçlarını karşılayarak kendisine bağlayan spor, günümüz dünyasında büyük bir sosyal kurum olduğunu kabul ettirerek toplumu çok yakından ilgilendiren belli davranışlar düşünceler, inançlar ve simgeler geliştirmiştir. Modern dünyada hızla gelişen teknoloji, insan gücüne duyulan gereksinmeyi giderek azaltmış ve bunun sonucu olarak insanın doğal yapısına uymayan bir yaşam biçimi ile birlikte iş ve sosyal çevreden gelen baskılar, stresler insanları psikolojik bakımdan bir sıkıntıya sokmaktadır. İşte bu aşamada sporun rahatlatıcı ve monotonluktan kurtarıcı fonksiyonunun devreye girmesi ile insanların psiko-sosyal gelişimlerine katkıda sağlanacaktır (Küçük ve Koç, 2003: 131-141).

Ekstrem spor katılımcıları genellikle gençlerden meydana geldiği için değerleri ve arzuları tam olarak olgunlaşmamıştır. Ancak, ekstrem spor katılımcıları kendilerini keşfetmeye çalışan diğer gençler için farklı bir bakış açısı ortaya koymaktadırlar. Ekstrem spor katılımcıları, spor ve toplumun katı normatif kuralları karşısında oyun oynama, sınırların dışına taşma, aykırılışma bakımından ön plana çıkmaktadırlar. Başarılı bir ekstrem spor katılımcısı, organize edilmişliğinin yanında, araç gereçlerine ve sanatsal ifadesine kendisini adanmışken aynı zamanda, karşı duruşu bakımından güçlü bir direniş sergilemektedir. Ekstrem spor katılımcısı kendini keşfetme sürecinde risk ve görünen tehlikelerle ittifak yaparken otoriteleri önemsemediğini sergilemektedir. Bunun yanı sıra, ekstrem spor katılımcısının otoritelere karşı yeni spor branşları geliştirmek, yaymak ve öğrenmek konusunda değerlerinin ve inançlarının çok güçlü olduğu ifade edilmektedir (Mcnamee, 2007:133-135). Dolayısıyla bireyin, ekstrem sporu otoriteyi karşı koymak amacıyla bir araç olarak kullandığı ifade edilebilir.

### 3. DEMOGRAFİK FAKTÖRLER

Kahle, Shoham ve Rose (1998), yaşla macera, merak tatmini, kuvvetli sosyal duruş ve heyecan verici deneyim arasında düşük bir ilişki bulunduğunu ayrıca, daha yaşlı bireylerin bu ihtiyaçlarını gidermek için potansiyel olarak ekstrem olan spor türlerini benimsemediklerini belirtmişlerdir. Yaşın gelire arasında pozitif bir ilişki olduğunu bulmuşlardır. Gelirin etkisi ile ekstrem spora gelecekteki katılımın olasılığı arasındaki ilişki negatif olduğunu ayrıca, çocuklu evli bireylerin ekstrem spora katılımında bekarlara göre daha düşük katılım gösterdiklerini ifade etmişlerdir. Cinsiyet ve eğitim ile gelecekte ekstrem sporlara katılım olasılığı arasında ilişki bulamamışlardır. Cordes ve Ibrahim (1999), özellikle kadın ve küçük yaş grubunda olan bireylerin ekstrem spor etkinliklerinden kaçınmalarının belirleyici nedenin, içinde var olan riskler doğrultusunda bu gibi etkinliklerin daha erkeksi algılanışını belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra, aile düzeyinde katılımı ise, risk düzeyi daha düşük etkinliklerin tercih edilmesi ve bu etkinliklerde çocukların becerilerini geliştirmek için doğal şartlarda yeni yöntemleri öğrenmelerini teşvik etme çabası taşındığını ifade etmişlerdir. Pek çok ekstrem spor branşında, katılımcıları tarafından önemli derecede ekonomik yatırıma ihtiyaç duyulmaktadır. Ekstrem sporlar, katılımcılarının malzeme satın almaları, korumaları, geliştirmeleri, bazı malzemeleri kiralaması, seyahat giderleri ve konaklama giderleri için belirli bir sosyo ekonomik düzeye sahip olmalarını gerektirmektedir. Bu yüzden, ekonomik düzeyin ekstrem sporlara katılımı önemli bir faktör olduğu ortaya çıkmaktadır. Ekstrem spor etkinliklerine katılımı cinsiyetin önemli bir rol oynadığı ifade edilmektedir. Ekstrem sporlara katılımı cinsiyetin önemini vurgulayan pek çok araştırma, (Ewert, 1985; Ewert ve Hollenhorst, 1989; Iso-Ahola, Laverda ve Graef, 1988; Klausner, 1968; Schuett, 1993;) genellikle katılımın genç kuşaktan, orta sınıftan ve erkeklerden oluştuğunu ortaya koymuştur. Dunn ve Gulbis (1976), araştırmalarında bu sonuçları desteklemektedirler. Araştırmalarının sonuçları, erkeklerin bayanlara oranla hava sporlarında ve savunma sporlarında daha fazla katılım sağladığını, bayanların ise kara sporlarında ve kar sporlarında erkeklerle aynı oranda katılım sağladığını ortaya koymuştur. Ancak, ekstrem sporlarda cinsiyet ve ekonomik yeterlilik incelendiğinde yapılan son araştırmalar, erkeklerin ekstrem sporlara katılımı daha fazla gerçekleştirdiğini ortaya koymaktadır (Schrader ve Wann, 1999: 429).



#### 4. HEYECAN VE MACERA ARAMA FAKTÖRLERİ

Zucherman (1984), Sensation Seeking Scale (SSS) adlı ölçeği geliştirmiş ve duygu aramanın dört alt boyutunu ölçmeye çalışmıştır. Birincisi, Heyecan Verici Macerayı Arama “Thrill ve Adventure Seeking” (TAS); heyecan aramayla ilgili arzular, risk ve macera aktiviteleridir. İkincisi, Deneyim Arayışı “Experience Seeking” (ES); anlam, akıl ve normal yaşam stiline ayak uydurmama yoluyla harekete geçme hissini aramak. Üçüncüsü, Şartlı Refleks Yitimi “Disinhibition” (Dis); genellikle daha geleneksel şekilde heyecan aramanın çıkış yolu olarak dikkate alınan parti yapma, içki içmek, kumar ve seks sayesinde rahatlamak. Dördüncüsü, Can Sıkıntısı Hassasiyeti “Boredom Susceptibility” (BS); tekrarlayan, rutin, garip ve sıkıcı insanların tersine; yerinde duramama, mümkün olduğunda can sıkıntısı olan şeyden derhal kaçmak. Sensation Seeking Scale ölçeği ekstrem sporun psikolojik yapılarının bir çoğuyla ilişkilendirilmiştir (Leunes ve Nation, 1996: 365-375). Duygu Arama (Sensation Seeking) spor kaynaklarında risk alma açısından oldukça sık kullanılmaktadır (Zucherman 1983: 285-293). Heyecan Arama olarak bilinen kişilik özellikleri çeşitlilik arayışı, olağan dışılık, karmaşıklık, yoğun heyecan, deneyim ve böylesi deneyimler uğruna fiziksel, sosyal, resmi ve finansal risklerin alınması olarak tanımlanmaktadır (Zucherman, 2000: 999-1029). Zucherman (2000: 999-1029), Duygu Arama'nın teşvik edici heyecan arama olarak adlandırılan yaygın bir özellik içine entegre edildiği hipotezini öne sürmüştür. Yani, teşvik edilmenin kişisel boyutları ve heyecan arama arasındaki karşılıklı ilişki bulunduğunu ifade etmektedir. Duygu arayanlar daha fazla sigara içme, geleneksel dini düşüncede azalma ve gönüllü olarak olağandışı deneyimlere ve etkinliklere örneğin, duygusal yoksunluk, hipnoz, ilaç araştırma, meditasyon çalışmaları, kumar oynama gibi davranışlara yönelme eğilimindedirler. Yüksek heyecan arayan katılımcıların, yüksek şans düzeyi, esneklik ve bir takım riskleri içeren işleri seçtikleri belirtilmektedir (Zucherman, 1979: 413-471).

Zucherman (1983), risk düzeylerine göre spor branşlarını sınıflandırmıştır. En yüksek riskli ekstrem spor branşlarının paraşüt, kaya tırmanışı, dalış, skydiving, hang gliding, car-motor racing olduğunu ve bu sporların karakterleri ile geçici ve tehlikeli (ölümcül yaralanma riski) kazalar arasındaki ilişkinin ne olduğu araştırmıştır. Sınıflamanın bir diğeri, American futbolu, rugby gibi kontak sporlarda ciddi yaralanmaların olduğu fakat ölümcül kazaların olmadığı risklere sahip olan orta seviye sınıflamasıdır. Sınıflamanın bir diğeri basamağı düşük düzeyde risk özelliklerine sahip olan yoğun antrenman, golf, jimnastik, yüzme ve maraton gibi branşlardan oluşan ve yaralanmaların nerede oluşabileceğinin belli olduğu ya da ölümcül

olayların açıkca uzak olduğu seviyedir. Heyecan arama sadece risk alma potansiyelini değil aynı zamanda insan kişiliğinin çok boyutlu alanları olarak ifade edilebilen arayış yoğunluğunun kalitesini ve algısal deneyimdeki tuhaflıkları ortaya koymaktadır (Zucherman, 2000: 999-1029).

Psikolojik unsurların performansı etkilemesi spor alanının ve egzersiz psikolojisinin en ilgi çekici konusudur. Bu alanda yapılan son çalışmalarda baskının yoğun olduğu bir durumda performans üzerinde duygu arama ve paratelic durumun etkileri araştırılmaktadır. Paratelic baskınlığın ve duygu aramanın psikolojik unsurları Apter, (1982)'in ortaya koyduğu Reversal Theory'den kaynaklanmaktadır. Reversal teori, metagüdüleyici durum olarak adlandırılan zihin çerçevesinin insan kişiliğini meydana getirdiğini ve güdülenmenin temeli olarak hizmet ettiğini varsaymaktadır. (Aktaran: Cromer, 2008: 8-9). Reversal Teori, spor ve egzersiz psikolojisinde bilinen ve kabul edilen güdülenme, duygu ve kişilik teorisidir. Reversal teorisinin çift kutuplu yapısı farklı metagüdüleyici durumlara karşılık gelen yoğunlaşma, ve duygulardan meydana gelmektedir. Bu metagüdüleyici durumlar özel güdüleyiciler olarak incelenmek yerine bireyleri herhangi bir zamanda güdüleyicileri yorumlamalarına karşılık gelen zihinde yorumlama olarak ifade edilir. Dahası, Reversal Teori, yoğunlaşmanın hissedilmesi, beklenmedik durum deneyimleri ve bu iki duruma uyum sağlaması ya da sağlanamaması ile ortaya çıkan farklı fenomenolojik durumları ortaya koymaktadır. (Bindarwish, 2003: 4). Bu fenomenolojik durumlar, telic ve paratelic olarak ortaya çıkan metagüdüleyici durum özelliklerinden ikisini oluşturur. Telic durumun baskın olduğu bireylerin soğukkanlı oldukları düşünülür. Genellikle, düşük düzeyli duygusal yoğunluğu tercih ederler. Bu kişilerin davranış güdeleri aktivitenin kendisinden ziyade amaç ve sonuçla ilgilenmeleridir. Paratelic durumun baskın olduğu bireyler ise, yüksek düzeyde duygusal yoğunluğun bulunduğu aktivitenin vermiş olduğu heyecana, zevke ve ödüle ilgi duymaktadır. Sporcuların bazı tip sporların içerdiği stresli durum ve etkileri nasıl algıladıkları ve algılarını harekete geçiren etmenlerle nasıl başa çıkmaları gerektiği konusunda telic ya da paratelic durumun sürdürülmesi, oldukça önemli bir rol oynamaktadır (Cromer, 2008: 8-9).

#### **4.1. Zevk/Haz Alma**

Zevk/haz daha çok gençlerin katılım gösterdiği spor branşlarında güdülemede ana faktör olduğu belirtilmektedir (Scalan ve ark., 1993a: , Scalan ve Simons, 1992: 199-215; Weiss ve ark., 2001: 131-144) Zevk/haz aynı zamanda Başarı Amaç Teorsisi (Achievement

Goal Theory), Yeterli Olma Güdüsü Teorisi (Competence Motivation Theory) ve Spor Bağlılık Modeli (Sport Commitment Model) gibi spor güdülenmesi teorilerinin en etkin güdüleyici unsurlarından biridir (yazar). Zevk/haz yapısı üzerinde farklı tanımlamalar yapılmış olmasına rağmen çoğu araştırmalar genellikle zevk/hazi hoşlanma, beğenme ve sevme gibi duyguların yansıtıldığı spor deneyimlerinde pozitif etkileyici olarak tanımlanmaktadır (Scalan ve Simons, 1992: 199-215). Çocuk ve genç sporcular üzerinde zevkin/hazın kaynağını inceleyen nitel ve nicel araştırmalar spor zevkinin/hazın anlamını ve doğasını anlamaya çalışılmıştır. Yapılan bu araştırmalarda önemli ilerlemeler kaydedilmiş olmasına karşın zevkin/hazın kaynağındaki gelişimsel farklılıklar heüz tama olarak bilinmemektedir (Scalan ve ark., 2005: 275-309). Spor zevkinin/hazının gelişimsel anlayışına değer verilmesi zevkin/hazın güdüleyici sonuçlarından dolayı gereklidir. Özellikle gençlerin katılım gösterdiği spor branşları ile ilgili araştırmalar spora katılımı ve sprun devam ettirilmesinde zevk/haz ana faktör olarak gösterilmektedir (Scalan ve ark., 1993: 1-15; Weis, 2001: 131-144).

#### 4.2. Risk

Risk; İtalyanca “*risco*” kelimesinden gelmekte olup bir zarar veya kayba neden olabilecek bir olayın meydana gelme olasılığı olarak tanımlanmaktadır (Gök, 2006: 5). Spor ve eğlence programları ile ilgili, sakatlanma ve ölüm olaylarını azaltma veya yok etme, bu olaylar sonucundaki sorumlulukları ortadan kaldırmak önemlidir (Spengler, 2006: 2-9). Spor alanında karşılaşılan riskler; fiziksel, finansal, yasal biçiminde sınıflandırılabilir. Çoğu spor aktivitesi, akılcı tedbirlerin alınmasını gerektiren önemli derecede riskleri içermektedir. Spor alanı içerisindeki bu potansiyel riskler tanımlanmalı, uygun bir biçimde ölçülmeli ve kontrol edilmelidir. (Fuller ve Drawer 2004: 349-356). Doğal çevre ile oluşturulan etkileşim aracılığı ile gerçek ve algılanan tehlikelerle karşı karşıya kalmak, popülerliği yükselen ekstrem sporların karakterini ortaya koymaktadır. Graydon (1992)’na göre bu tehlikeler doğanın kendi yapısından kaynaklanan objektif, katılımcı olan insandan kaynaklanan subjektif tehlikeler olarak ifade edilebilir (Graydon, 1992: Aktaran: Demirhan, 1998: 351).

Ekstrem sporlar kişinin, doğal yapısına uymayan, büyüleyici güzellikteki bir çevrede, kısa süre içinde olsa da yaşamını idame ettirmesini gerektiren, fiziksel ve ruhsal dayanıklılık gerektiren sporlardır. Bu sporların eğitim süreci içinde yeni beceriler edinmenin yanı sıra risklere karşı da bireyin bilinçlenmesi ve hazırlıklı olması sağlanmaktadır. Eğitim süreci diğer sporlarda olduğu gibi, belki daha da fazla bireyin kişilik gelişimine, güçlüklerle baş edebilme

yetilerine katkı sağlamaktadır. Ruhsal faktörler göz önüne alınarak hazırlanan ilkeler doğrultusunda yapılan sporlarda bireylerin limitlerinin daha genişlediği, olası risklere karşı korunarak spor güvenliğinin arttığı ve geniş kitleler tarafından daha uygulanabilir hal aldığı görülmektedir. Dolayısıyla, spor ve psikoloji alanında çalışanların daha çok bilgi alışverişi içinde olmaları her iki disiplinin de gelişmesi toplum sağlığı açısından yararlı olacaktır. Ekstrem sporlar ele alındığında psikolojik işlevler ve sporun ne denli iç içe olduğu bir kez daha görülmektedir. Bireylerin bu süreç içinde ekstrem sporlara yatkınlıkları ve olası tehlikelerle baş etme becerileri gelişmektedir (Berkem, 2001: 38-41).

Ekstrem sporları etkinlik ve eğitimlerinde meydana gelen kazaların, medya aracılığıyla topluma duyurulması toplumun negatif tepkisine sebep olmakta ve gerek katılımcılar gerekse organizatörlerin bu tip etkinliklerden kaçınmalarına yol açabilmektedir. Bunun temel dayanağı ise, ekstrem sporları etkinliklerinde var olan veya algılanan risklerin fazlalığıdır (Brown, 1998: 71-85). Risklerin analiz edilerek azaltılması da ekstrem spor etkinliklerinden alınacak zevkin boyutuyla ilgili olmaktadır. Çünkü risk almanın bir çok formu, ekstrem spor etkinliklerinin en önemli özelliğini oluşturmaktadır. Algılanan riskleri alma, doğada ortaya çıkma ihtimali yüksek olan tehlikeler üzerine koşarak gitme anlamı taşımamaktadır. Dolayısıyla var olan risklerin yönetimi, ekstrem sporlarda yaşanabilecek kaza veya olumsuz durumların engellenmesini kolaylaştırabilecektir (Brown, 1998: 71-85).

#### **4.2.1. Ekstrem Sporlarda Risk Alma Davranışı**

Risk alma davranışları, genel olarak sağlığı tehlikeye atan ve hayati tehlike yaratan, yani hastalıkla veya ölümlü sonuçlanma riski yüksek davranışlar olarak ifade edilmektedir (Alexander, 1990: 559-569). Risk alma veya tehlikeyi göze alma, kişiden kişiye değişen bir durumdur. Risk alma davranışları; trafikle ilgili risk alma davranışları, cinsellikle ilgili risk alma davranışları, madde kullanımıyla ilgili risk alma davranışları ve tehlikeli sporlarla ilgili risk alma davranışları şeklinde dört grupta incelenebilir (Gonzalez, 1994: 701-709). Risk bir karar özelliğidir ve kararların uygulanmasının sonucunda elde edilecek çıktılara ilişkin belirsizliği anlatır. Bu belirsizlik, kararların sonuçlarının hayal kırıklığı yaratabileceği anlamındadır (Sitkin ve Pablo, 1992: 17). Potansiyel kayıplar, bu kayıpların anlamlılığı ve kayıpların belirsizliği risk yapısının kritik unsurlarıdır. Risk arttıkça, potansiyel kayıpların belirsizliği de artmaktadır. Belirsiz bir durum, birey tarafından, yeterli veri olmaması nedeniyle tam olarak yapılandırılmayan veya kategorize edilemeyen durumdur. Belirsizlik

toleransı ise, belirsiz durumlara olumlu tepki verebilme yeteneğidir. Birey, belirsiz bir çevrede aldığı karara, daha fazla bilgi aramaya kalkışmaksızın halen güvenebiliyorsa, yüksek toleransa sahip demektir (Teoh ve Foo, 1997: 72). Risk alma davranışına yönelik bir karar alıcının, bir sorun karşısında düşük ve yüksek risk içeren tepkiyi seçmesi üç faktörle ilişkilendirilmektedir: Bireyin özellikleri, örgütün özellikleri, sorunun yapısı veya soruna yönelik deneyimdir (Sitkin ve Pablo, 1992: 17). Risk almayla ilişkili pozitif unsurlar dağcılık, dağ bisikleti, sörf, skydiving, ve motokros gibi oldukça geniş bir yelpazeye sahip olan ekstrem sporların içerisinde tanımlanabilir. Literatürde bu unsurlar kişisel gelişim, özgürlük, güç duygusu, heyecan kontrolü, kendi kendine yemin etmek, sosyal ihtiyaçların yerine getirilmesi, mücadele, kaçış, kendi kendine güçlenme, statü geliştirme, daha büyük güç ile ilişki kurmayı içeren gönüllü risk alma güdülenmesiyle ilişkilidir (Powell, 2007: 10-15).

#### **4.2.1. Ekstrem Sporlarda Risk Eğilimi**

Ekstrem sporların karar alma sürecinde, tek başına risk alma davranışına yol açmayan ancak en önemli özellik olarak kabul edilen risk eğilimi, bireyin karar anındaki risk alma veya kaçınma şeklindeki eğilimidir. Buna göre, bireyler riskten kaçınma eğilimi yüksekse, olumsuz çıktıları olumlu çıktılarından daha öncelikli bulmaktadır (Stewart ve Roth, 1992: 206). Literatürde risk eğilimi ile ilgili iki ana tema bulunmaktadır. Birincisi olasılık teorisiyle ilişkilidir. Bu durum risk almanın işaret ettiği noktalarda risk almanın asimetrik olduğunu vurgulamaktadır. Bireylerin kaybetme olasılığı baskın olsa da riski elde etmeye çalıştıkları ifade edilmektedir. Bireyler kazanç elde edeceklerini algıladıklarında risk alabilmektedirler. İkinci temada ise, risk almayı etkileyen bireysel farklılık faktörleri düşünülmektedir. Risk alma kişilik gibi farklılık gösteren faktörlerle bağlantılı olabilir, risk eğiliminde bireylerin içinde buldukları durumdan ziyade bireysel özellikler ön plana çıkmaktadır. Risk eğilimi bireylerin risk isteklerine ya da isteksizliklerindeki tutarlılıklarına göre karakterize edilebilen birkaç risk etki alanını kapsamaktadır. Risk yaklaşımında tutarsız olan bireyler riski almak ya da riskten kaçınmak için güçlü eğilim eksikliğine sahiptir. Bu bireyler muhtemel olarak bazı durumlarda risk aldıkları görülebilir. Etki alanları içinde bireyler risk alabilirler, riskten kaçınabilirler ya da tutarlı olabilirler bu durum çeşitlilik gösterebilir. Örneğin bir finans müdürü işinde büyük olasılıkla risk alabilir. Durum, ailesi, boş zamanı ve kişisel finans kararları olduğunda risk almaktan kaçınabilir (http3). Araştırmalar ekstrem sporlara katılanların genelde sporcu ve sporcu olmayanlarla karşılaştırıldığında heyecan arama ve risk alma eğilimlerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Ancak, kişisel riskin düzeyi

ekstrem spor ve heyecan arzusu arasındaki pozitif ilişkiden sorumlu ana faktördür. Ekstrem sporlar üzerinde yapılan araştırmalar ekstrem spor aktivitelerine katılım ve heyecan arama arzusu arasında pozitif ilişki olduğunu sürekli göstermektedir (Zarevski ve ark., 1997: 763-768)

#### 4.1.2. Ekstrem Sporlarda Risk Algısı

Son yirmi yılda başarılı spor performansında algının ön plana çıktığı belirtilmektedir. Sporcular kompleks hareketler yaparken çevreden doğru ve güvenilir bilgileri sürekli almaya bağımlıdır. Görsel algı ve sportif hareket insanın görsel sistemi tarafından algılanan bilgiyi ve spordaki hareketleri desteklemede kullanılan yolu dikkate alır (Aytaç, 2000: 12). Bireylerin risk algılarının oluşmasında iki değişken rol oynamaktadır. İfade edilen bu iki değişken fiziksel ve bilişsel algıdır. Fiziksel algı, duylardan alınan gerçek bilgiler ile ilişkili iken, kavrama ile ilgili algı, alınan bilgilere bireylerin nasıl reaksiyon gösterdiğini belirten mental süreçler ile ilişkilidir. Fiziksel algı, sporcuların sportif etkinlik sırasında, değişen durumlara hızlı bir şekilde cevap vermesine olanak tanımaktadır. Bilişsel algı ise, bireylerin bilgi ve deneyimleri ile ilişkilidir.

Risk algısı teorileri, bireylerin bilgileri, kişilikleri, ekonomik durumları ve kültürleri gibi bir dizi konunun üzerine yapılandırılmıştır. *Bilgi teorileri*'ne göre katılımcılar spor tesislerinin ekipmanlarının ya da aktivitelerinin tehlikeli olduğuna ilişkin algılamaları, ancak bunların tehlikeli olduğunu bilmeleri halinde mümkün olabildiğini ifade etmektedir. "Kişilik teorileri" ne göre bireyin kendi aktiviteleri içerisinde risk alma ya da almama eğilimi onun kişiliği ile ilişkili özelliklerden kaynaklandığını belirtmektedir. *Ekonomik teoriler* göstermektedir ki, bireyler sonucunda daha iyi duruma gelecekleri ve ödüllendirileceklerini bildikleri durumlarda daha büyük riskler alabilmektedir. *Kültürel teoriler* ise, bireylerin risk algısını içinde buldukları sosyal çevre ve davranışlar belirlemektedir (Fuller ve Drawer 2004: 349-356). Ekstrem sporlar katılımcılarına çok çeşitli fiziksel, psikolojik, sosyal ve bazı manevi yararlar sağlayabilmektedir. Ancak, riskle ilişkili olan bu yararlar ile riski kontrol edecek, kaçınacak ya da azaltacak gereksinimler arasında başarılması gereken bir denge olduğu ifade edilmektedir. Risk algısı ve riske karşı eğilim bireyin riske karşı cevabını sıklıkla belirleyebilir. Bu cevap, bireyin bilgi ve becerilerini geliştirecek güdülenmeyi içerebilir (Slovic, 2000: 14). Yine bu alanda yapılan araştırmalar incelendiğinde, Martin ve Priest (1986)'in oluşturmuş olduğu macera deneyimi paradigmasında macera deneyimine olan ilgiden dolayı algılanan risk ve algılanan yeterlikte değişiklik olduğu ileri sürülmektedir

(Vagias, Morais ve Dziubek, 2005:39-47). Priest ve Gass (1997) kişilik tipleri tarafından etkilenebilen yeterlik ve risk algısındaki değişikliklerle ilgili teoriye rağmen, bu değişiklikleri kişisel özelliklerin ve belirgin bir biçimde heyecan aramanın etkileyip etkilemediği kesin olmadığını ancak, risk ve yeterliğin gerçek ve algılanan düzeyleri deneyimin felaket, can sıkıntısı ya da macera ile sonuçlanıp sonuçlanmayacağını belirlediğini ifade etmektedirler. Ewert (1985), ekstrem spor katılımcıları üzerinde yaptığı çalışmasında, 460 dağcıya çalışma örneği uygulamıştır. Dağcılar için en önemli güdülenme faktörlerinin aktivitenin mücadelesi-riski, fiziksel performansı ve yüksek konsantrasyonu olduğunu tespit etmiştir. Bu özellikler paratelic durumla ortaya çıkan heyecan davranışlarıyla yakından ilişkili olduğu görülmektedir.

## **5. DEĞERLER VE YAŞAM BİÇİMİ FAKTÖRLERİ**

Değerler, insanların davranışlarına rehberlik eden ilkelerdir. Değerler, aynı zamanda insanların yaşamlarında ulaşmak istediği amaçlar ile de ilgilidir (Kropp ve ark., 1999:536-557). Değerler, uzun sürelidir ve yaşam içinde yavaş yavaş değişirler. Değerler, bireylerin tutumlarına ve yargılarına etki ederler. Değer araştırmaları ile ilgili ortaya konan üç ölçek mevcuttur. Bunlar; Rokeach Değerler Sistemi (Rokeach Value System), Değerler Faktörü (Values v eLifestyleles System –VALS), Değer Listesi (List of Value)'dur (Odabaşı ve Barış, 2006: 211-223).

1978 yılında geliştirilen VALS ölçeği pazardaki davranışları göze önüne alınarak toplumu dokuz farklı değer sisteminde ele almaktadır. VALS ölçeğinde değer kavramı, bir bireyin tüm tutum, inanış, fikir, korku, umut, ön yargı, ihtiyaç, arzu ve isteklerini kapsayan bir bütünleşik set olup, birlikte bireyin nasıl davranacağını belirler. 1989 yılında, VALS 2 ölçeği ortaya konulmuş, gelişen trendler ve toplumun yönelimleri dikkate alınarak hazırlanan bu ölçek, sekiz kategoriden oluşan bir yaşam biçimi değerlemesi vermiştir. Bu sekiz kategori, gerçekleştirilenler, nail olanlar, başarılılar, deneyimciler, inananlar, yapıcılar, gayret edenler, mücadele edenler olarak belirlenmiştir.

Rokeach, (1973), kişilik değerlerinin, davranış ve tutumda etkili olan tercih edilebilir davranış modelleri ve son durum ile ilgili inanışlar olduğunu varsaymaktadır. Rokeach (1973) yaptığı çalışmasında on sekiz instrumental values (hoş görülme ve bağımsız olmak ile ilgili) ve on sekiz terminal values (özgürlük ve mutluluk ile ilgili) olan 36 değer ortaya koymuştur.

Adını da Rokeach Value Survey (RVS) olarak ifade etmiştir (Kahle ve ark., 2004: 89). Bu 36 değer Tablo 4’de gösterilmiştir.

**Tablo 4: Rokeach’in Değerler Listesi**

Amaçsal Değerler	Araçsal Değerler
Konforlu Hayat	İstekli
Heyecan Verici Yaşam	Hoşgörülü
Başarma	Becerikli
Barış İçinde Bir Dünya	Neşeli
Güzelliğin Dünyası	Temiz/Düzenli
Eşitlik	Cesaretli
Aile Güvenliği	Bağışlayabilen
Özgürlük Hissi	Yardım Sever
Mutluluk	Dürüst
İçsel Harmoni	Yaratıcı
Olgun Aşk	Bağımsız
Ulusal Güvenlik	Entelektüel
Memnuniyet	Mantıklı
Günahlardan Kurtulma	Sevgi Dolu
Kendine Saygı	Saygılı
Sosyal Statü	Kibar
Gerçek Arkadaşlık	Sorumluluk Sahibi
Bilgelik	Kontrollü

**Kaynak:** Rokeach, 1973: 736-749

Kahle ve ark., (2004) Rokeach’in Terminal Values’undan etkilenecek “List of Values” (LOV) adında farklı bir yaklaşım geliştirmişlerdir. Oluşturmuş oldukları değerler listesinde sadece başarıya duygusu ve kendine saygı adındaki değerler Rokeach’ın listesinde yer almaktadır. Diğerleri, iki ya da daha fazlası özetlenmiş bir şekilde (aile ve ulus güvenliği yerine güvenlik, hayranlık ve saygı yerine saygı görme gibi) Rokeach’in değerleriyle birleştirilmiştir (Watkins ve Gnoth, 2005: 225). LOV dokuz tane değer içermektedir. Bunlar; ait olma hissi, komik ve eğlenceli yaşam biçimi, diğerleriyle sıcak ilişki, kendini gerçekleştirme, saygı görme, heyecan, güvenlik, özsaygı ve başarıya duygusudur. LOV ilk olarak Amerika’da 2264 yetişkin üzerinde kullanıldı. Daha sonra sıklıkla araştırmalarda kullanılan LOV’un güvenilirliği ve geçerliği onaylanmıştır. LOV özel müşteri davranışı, liderlik görüşlerini içeren çalışmalar, hediye verme, kıyafeti onaylama, reklam seçenekleri ve spor katılımında pek çok kez kullanılmıştır (Kahle ve ark., 2004: 89). Yaşam biçimi, benlik kavramının dışa yansımalarıdır ve en basit ifadesi ile nasıl yaşanıldığıdır. Benlik kavramı



kişinin yaşam biçiminin temelini oluşturur. Tüketicinin satın alma kararlarını etkileyen önemli faktörlerden biridir. Geçmiş deneyimler ve şu andaki durum, kültür, demografik özellikler, ekonomik koşullar ve psikolojik yapı sürdürülen yaşam biçimini etkilemektedir. Sözü edilen bu faktörlerin etkisi ile yaşam biçiminin tüketim, satın alma ilişkisi Şekil 8’de gösterilmiştir.

### Şekil 3: Yaşam Biçimi ve Tüketici Davranışı

YAŞAM BİÇİMİNİ ETKİLEYENLER	YAŞAM BİÇİMİ	DAVRANIŞSAL ETKİLER
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Demografik</li> <li>-Sosyal sınıf</li> <li>-Gelir</li> <li>-Kişilik</li> <li>-Değerler ve güdüler</li> <li>-Aile yaşam eğrisi</li> <li>-Kültür</li> <li>-Geçmiş deneyimler</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Faaliyetler</li> <li>-İlgiler</li> <li>-Beğenme/beğenmeler</li> <li>-Tutumlar</li> <li>-Tüketim</li> <li>-Beklentiler</li> </ul>	<p>Satın Almalar</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Nasıl?</li> <li>-Ne zaman?</li> <li>-Nereden?</li> <li>-Ne?</li> <li>-Kim ile?</li> </ul> <p>Tüketim</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Nerede, nasıl?</li> <li>-Kim ile?</li> <li>-Ne zaman, ne?</li> </ul>

**Kaynak:** Odabaşı ve Barış, 2006: 211-223.

Farklı sosyal sınıflara, farklı kültürlere sahip farklı gelir grubuna dahil olanların ilgileri, faaliyetleri, fikirleri, tutumları farklı olmaktadır. Yaşam biçimi Şekil 3’de ve birinci kutuda verilenlerin toplam etkileşimi ile oluştuğu için sadece demografik özelliklere ya da sosyal sınıfa bağlı kalarak tüketicinin yaşamını analiz etmekte yetersiz kalmaktadır. Böyle bir kısıtlamayı ortadan kaldırabilmek için yaşam biçimine dayalı pazar bölümlenmesinde ilgiler, değer yargıları, fikirler, faaliyetler, kişilik özellikleri, tutumlar ve demografik değişkenler kullanılmaktadır (Plummer, 1974: 34).

## 6. EKSTREM SPOR KATILIMCILARININ SPOR TÜKETİM FAKTÖRLERİNE İLİŞKİN KURAMSAL MODEL

Kişinin çevresi ile olan etkileşim süreci olarak tanımlanabilen insan davranışı, temelde tüketici davranışının ana yapısını oluşturur. Her düşünce, duygu ya da eylemi insan davranışı içerisinde sınıflandırmak gerekir. Tüketici davranışı, kişinin özellikle ekonomik ürünleri ve hizmetleri satın alma ve kullanmadaki kararları ve bununla ilgili faaliyetleri olarak

tanımlanabilir (Argan ve Katırcı, 2008: 109-124). Tüketim davranışı araştırmaları birçok disiplinden oluşmanın yanı sıra diğer disiplinlerle ilişkisini korurken ayrı bir disiplin olduğunu da ileri sürmektedir. Tüketici davranışı ile ilgili yaygın olarak sosyal hizmetlere olan tutum, dayanıklı ve dayanıklı olmayan ürünlerin satın alma davranışı, sigorta tercihi, turizm ve misafirperverlik, aile fertlerinin davranışı, karar verme, süreç bilgisi gibi konular üzerinde araştırmalar yapılmıştır (Daniel ve ark., 2003: 200). Her konuda olduğu gibi, tüketici davranışının incelenmesinde de varsayımların ve özelliklerin de ele alınması gerekmektedir. Bu özellikleri yedi ana konuda toplamak mümkündür (Argan ve Katırcı 2008: 109-124). Bu yedi ana konu aşağıda belirtilmiştir.

1. Tüketici davranışı güdülenmiş davranıştır.
2. Tüketici davranışı çeşitli faaliyetlerden oluşur.
3. Tüketici davranışı bir süreçtir.
4. Tüketici davranışı karmaşıklık ve zamanlama açısından farklılık gösterir.
5. Tüketici davranışı farklı rollerle ilgilenir.
6. Tüketici davranışı çevre faktörlerinden etkilenir.
7. Tüketici davranışı farklı kişiler için, farklılık gösterebilir.

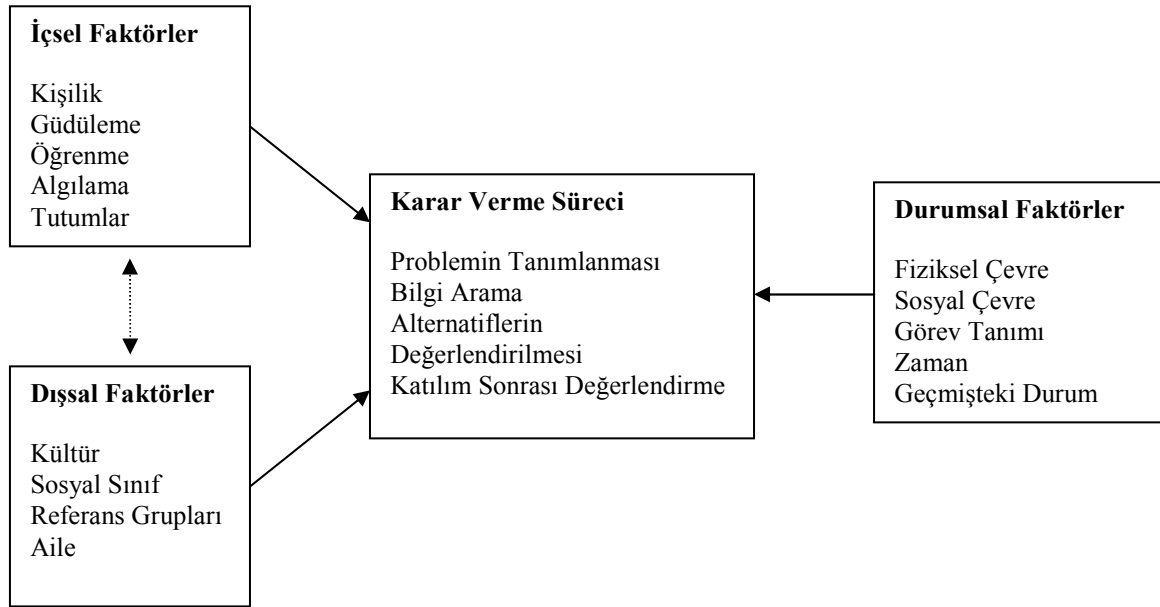
**Kaynak:** Argan ve Katırcı 2008: 109- 124.

Genel tüketici davranış modeli spor tüketicileri içinde geçerlidir. Buradaki farklılık, tüketiciyi etkileyen psikolojik, sosyo-kültürel ve durumsal faktörlerdeki unsurların spesifik özellikleri ile ilgili olacaktır (Argan ve Katırcı 2008: 109-124). Diğer spor türlerinde olduğu gibi ekstrem spor tüketiminde de iki farklı tüketici vardır. Birincisi, spor yapmak için faaliyete katılanlar yani sporcular; ikincisi, sporu izlemek için gelen ya da medya aracılığı ile izleyen seyircilerdir. Bir çok disiplini barındırmasından dolayı spor tüketimi davranışı araştırmaları, standartlaştırılmış değişkenler, kopyalamanın bir geleneğini oluşturma, boylamsal dizaynların avantajından yararlanma, diğer disiplinlerden alınan ölçeklerin yanlış kullanımı, güvenilirlik ve geçerlik ile ilgili dikkatin azlığı, programlı çalışmaların yerine tek çalışmalar yapmak ve sebep sonuç ile ilişkili kafa karışıklığı gibi durumlarla mücadele etmek için daha hassas olma eğilimindedir (Well, 1993: 489-504).

Tüketici davranışı genel alanı içerisinde son yıllarda spor ve rekreatif endüstride sunulan ürün ve hizmetlerle ilişkili tüketici davranışını incelemek için bir araştırma alt kümesi ortaya çıkarılmıştır. Araştırmacılar spor tüketimini incelemek için hem kontrollü hem de

doğal ortamda birçok disiplinden meydana gelen test teorileri denemişlerdir. Stewart, Smith ve Nicholson spor tüketicilerini incelemek için kullanılan çeşitli tipolojilerin kapsamlı bir incelemesini yapmışlardır. Zhang, Pennington-Gray, Connaughton, Braunstein, Elis, Lam ve Williamson sosyo-demografik yaşam stilleri ve ulusal bayanlar basketbol ligindeki müsabakalarda izleyicilerin oyun tüketimi düzeyleri arasındaki ilişkinin etkisini araştırmışlardır. Trail, Robinson, Gillentine ve Dick üniversitelerarası futbol müsabakalarında taraftar güdüsü, taraftarın ilişkileri ve taraftar-izleyici arasındaki ayrımı incelemek için yeni bir model ortaya koymuşlardır. Hirakawa, Chelladurai ve Harada Japonya'da J-Ligi oyunlarında takım kimliğinin etkisini ve amaca yönelik tekrar eden katılımların tatminini incelemiştir (Funk ve ark., 2003: 200-205). Spor katılımcıları ile ilgili karmaşık bilgilerin düzenlenmesi için, katılımcı tüketim davranış modeli geliştirilmiştir. Modelin merkezinde katılımcı karar verme süreci yer almaktadır. Karar verme sürecini de etkileyen çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bunlar; İçsel Faktörler (psikolojik faktörler), dışsal faktörler (sosyo-kültürel faktörler) ve durumsal faktörlerdir (Argan ve Katırcı 2008: 109-124). Şekil 4'de sporda Tüketici Davranış Modeli belirtilmektedir.

#### Şekil 4: Sporda Tüketici Davranış Modeli



**Kaynak :** Argan ve Katırcı 2008: 109, 124

Katılımcı karar verme süreci karmaşık bir süreçtir. Bu süreç problemin tanımlanmasını, bilgi aramayı, alternatiflerin değerlendirilmesini, katılım ve katılım sonrası yapılan değerlendirmeyi kapsar. Ancak her tüketicinin psikolojik durumu veya çevresel faktörler nedeniyle karar verme süreci farklılık gösterebilir. Bununla birlikte, karar verme

süreci problem tanımlama ile katılım sonrası değerlendirme yapma arasındaki beş adımı kapsar. Karar verme süreci, tüketiciler bakımından genellikle benzerdir ve tüketicilerin ihtiyaçlarına uygun stratejiler geliştirmek için spor pazarlaması uygulayıcıları tarafından iyi bilinmelidir. Spor tüketicileri şaşırtıcı bir değer sırası, tutumlar ve davranışlar göstermektedir. Hiçbir tüketici eşit derecede hırslı, istekli ve fanatik düzeyde değildir aynı zamanda kişilik kimliklerini kuvvetlendirmek için takımlarını da kullanmamaktadırlar. Spor tüketim davranışlarının kişiden kişiye değişmesi bireylerin spor tüketimi yollarını farklılaştırmaktadır. Farklı davranışları anlama ve davranışla ilişkili demografik, sosyal ve kültürel grupların pazar segmentlerinin modellerini oluşturma, spor tüketim modelinin oluşturulma arzusunu desteklemektedir. Etkili segmentasyon, belirli tercihleri, gereksinimleri, belirleyici sadakat kaynaklarını, karar vermeyi ve en önemlisi spor tüketicisi örneklerinin harcamadaki farklılıklarını ortaya koyabilir. Kısacası spor tüketimi tipolojileri pazar aktivitelerini geliştirmek, spor ürünlerinin yeniden dizaynı, fiyat hassasiyetini izleme, oyun alanlarını tekrar yapılandırma, ayarlanabilir promosyon kampanyaları ve genel olarak her bir müşteri segmentinin özel ihtiyaçlarına uygun özelleştirmelerin yapılmasına olanak tanımaktadır. Spor tüketicilerinin sınıflandırılmasında çeşitli yaklaşımların kuvvetini ve sınırlılıklarını tartışmak, teorisyenler ve uygulamacılar için araştırma yapılacak alanları belirleyebilmek için üç farklı bakış açısından yararlanılması gerekmektedir (Stewart Smith ve Nicholson 2003: 206). Bu bakış açıları;

- 1. İkilik Model (Dualistic Model):** Spor tüketici davranışlarının aksine davranışların zıt formları üzerine odaklanılmıştır. Clarke (1978), Nash (2000), Ferrand ve Pages (1996), Hugson (1999), Quick (2000), Lewis (2001) gibi çeşitli araştırmacılar tarafından ortaya konan tipolojilerin bir özetinin oluşturulduğu tablo bir sonraki sayfada verilmiştir.

**Tablo 5: İkilik Taraftar Tipolojisi**

<b>1. Tip Taraftar</b>	<b>2. Tip Taraftar</b>
Eski	Yeni
Tek	Grup
Geleneksel	Modern
Tesir Edici	İtaat Eden
Simgesel	Yurttaş
İnatçı	Düşük Sadakatli

**Kaynak:** Stewart, Smith ve Nicholson, 2003: 206

**2. Sıralı Model (Tiered Model):** Spor tüketicilerinin gruplandırıldığı sıra modellerini içermenin yanı sıra, spor/takımın duygusal ya da finansal taahhütlerinin gücüne göre sıralama yapılmaktadır. Wann ve Branscombe (1993), Mullin, Hardy ve Sutton (1993), Kahle, Kambra ve Rose (1996), Sutton, McDonald, Milne ve Cimperman (1997), Clowes ve Tapp (1999), gibi çeşitli araştırmacılar üç genel spor tüketicisi tipini karşılaştırmışlardır. Sıralamanın en üstünde hak sahibi olan ve kendini adanmış spor tüketicileri, ikinci bölümde etkileyici ve odaklanmış tüketiciler ve son bölümde ise, karar düzeyleri en düşük olan sosyallik ve arkadaşlığa önem veren tüketici tipleri mevcuttur (Stewart, Smith ve Nicholson 2003: 206).

**Tablo 6: Sıralı Taraftar Tipolojisinde Genel Unsurlar**

Sıra	Taraftarın Öncelikli Odaklanması	Taraftarın İkincil Odaklanması	Tip
1	Takımla duygusal bağlılık	Heyecan verici ve özel deneyimler	Özümsemiş, odaklanmış, kendini adanmış
2	Heyecan ve eğlence, büyük deneyim	Takımla duygusal bağlılık	Kişisel etkileycilik, tesadüfi kararlar alma
3	Sosyal etkileşim ve eğlence	Takım kimliği	Arkadaşlık, kaygısızlık, sosyallik

**Kaynak:** Stewart, Smith ve Nicholson, 2003: 206

**3. Çok Boyutlu Model (Multidimensional Model):** Spor ürünlerinin tüketimi için spora anlam verme, sadakat düzeyi, duygusal ilişki düzeyi, oyuna katılım sıklığı ve spor tüketicisi tiplerinin bir dizisini oluşturma gibi özelliklerin altında yatan güdüleyici faktörlerin birleştirilmesine olanak sağlayan çoklu boyut yaklaşımları üzerine odaklanılmıştır. Holt (1995), McDonald ve Milne (1997), Smith ve Stewart (1999), Mahony, Madrigal ve Howard (2000) Hunt, Bristol ve Bashaw (1999), Funk ve James (2001), Gladden ve Funk (2002), gibi araştırmacıların ortaya koyduğu yaklaşımların bir özeti Tablo 6'de verilmiştir. Çok boyutlu model, spor tüketimi güdülenmesinin ve inanışlarının geniş bir alanını içermektedir. Aynı zamanda tüketicilerin spor ilgilerini ifade eden davranış gruplarının çoğunu bir araya getirmektedir. Bu gruplar öncelikle güdülenme, duygusal karar verme, ekonomik ve finansal karar verme, özdeşleşme düzeyi, sadakat, ilişkisel odaklanma, açık deneyimler ve oyuna katılım sıklığıdır. Bu sekiz spor tüketimi boyutu aşağıdaki tabloda gösterilmektedir. Model sadece spor tüketiminin bilişsel, etkili ve davranış unsurlarını değil aynı zamanda sadakat ve karar vermenin aktif

tüketime doğrudan dönüştürüldüğü görüşü ile mücadeleyi desteklemektedir (Stewart, Smith ve Nicholson 2003: 206).

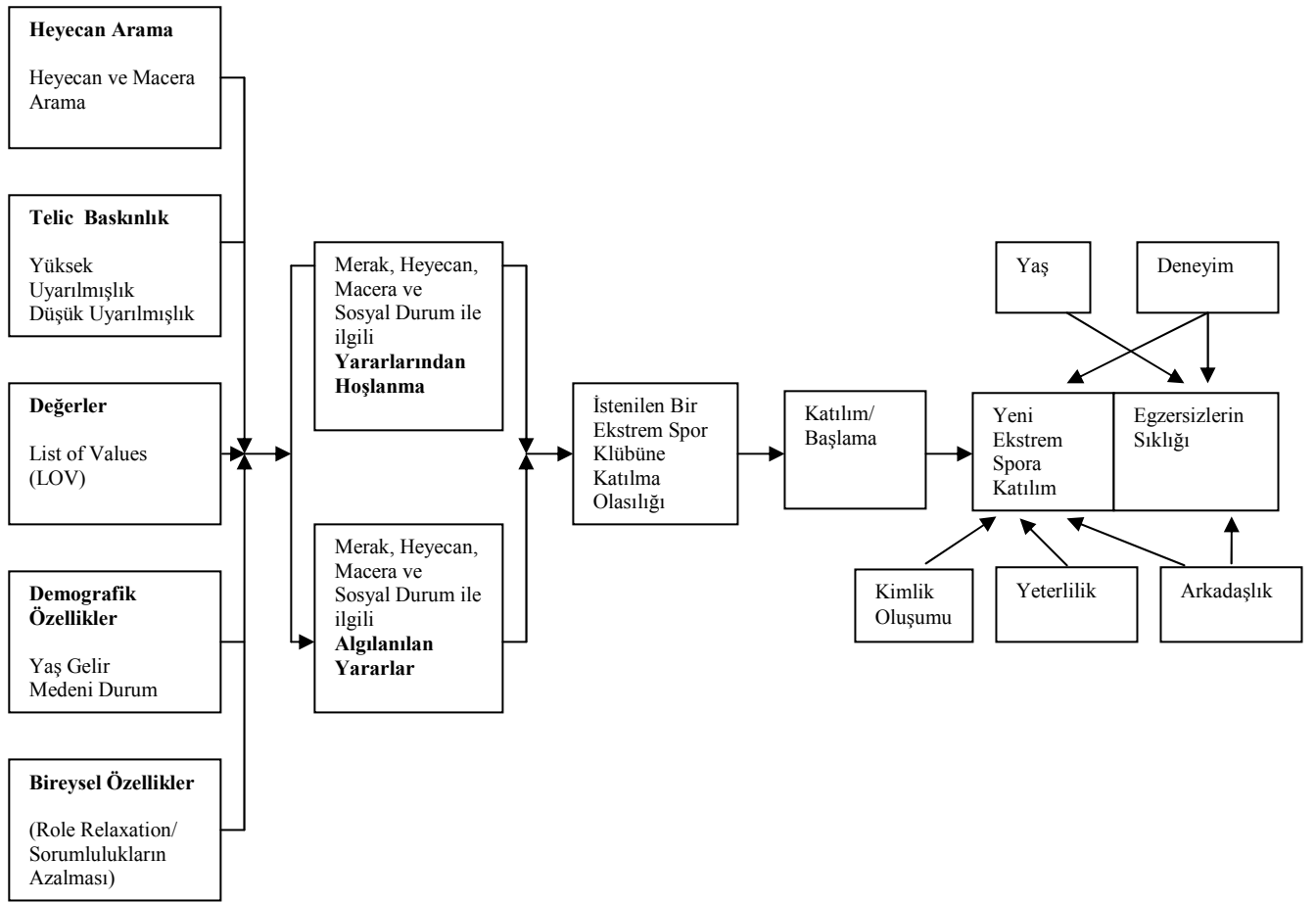
**Tablo 7: Spor Tüketiminde Çoklu Boyut Yaklaşımları**

<b>Grup tipi</b>	<b>Faklılaşan Davranış</b>
Öncelikli Güdüleyiciler	Kaçış (daha az stresli spor dünyası) Sağlıklı Stress (heyecan ve eğlenceli olaylar) Sosyal Etkileşim
Duygusal ilişki	Takıntılı ilişki ve güçlü karar verme İlmlı ilişki ve şartlı karar verme Zayıf ilişki ve narin karar verme
Ekonomik ilişki	Yüksek değer: güçlü finansal karar verme İlmlı değer: orta düzeyde karar verme Düşük değer: zayıf finansal karar verme
Özdeşleşme	Takım kişisel fikirleri kabul eder. Takım toplum ve yurttaşlığı onaylar. Takım sosyal yada kültürel kinliği onaylar.
Sadakat	Oyuna katılım yoluyla sadakat Takım renklerini gösterme yoluyla sadakat Konuşma ve sohbet yolula sadakat
İlişkisel odaklanma	Takım öncelikli iletişim Spor ya da lig öncelikli iletişim Oyuncu öncelikli iletişim
Açık deneyimler	Rasyonel: stratejik analizler Sembolik: jestler, seramoniler ve ritueller Sosyal: oyun oynama ve sosyal bütünleşme
Oyuna katılım	Sıklıkla Orta düzeyde Bazen

**Kaynak:** Stewart, Smith ve Nicholson, 2003: 206

Ekstrem spor pazarının tüketim güdülenmesini geleneksel spor pazarı tüketim güdülenmesinden ayıran en önemli özellik ise risk alma davranışıdır. Risk alma davranışının psikolojik belirleyicileriyle ilgili yapılan çoğu araştırmalar, bireylerin ekstrem spor aktivitelerine katılımda pozitif ya da negatif eğilimli olmaları bireysel olarak sahip oldukları tüm özellikler olduğu varsayılmıştır. Şekil 5’de Shoham ve ark. (2004)’nın Ekstrem Spor Tüketim Modeli bulunmaktadır.

## Şekil 5: Ekstrem Spor Tüketim Modeli



**Kaynak:** Shoham ve ark., 2004: 89

Modelde birinci bölüm kişilik ve bireysel özellikleri belirler. Daha sonraki bölüm, ekstrem spor özellikleriyle ilgili tutumları inceler. Bu tutumlar gelecekteki davranışın amacını tahmin etmek için kullanılır. Son bölümde ise, amaçları verilen ekstrem sporu, uygulamaya başlama, devam etme, uygulama sırasının oluşumu, seçilmiş olan spordaki kararlılık düzeyi gibi unsurlar takip etmektedir (Kahle ve ark. 2004: 89).

Literatürde, sportif tüketimin sosyo-demografik ve ekonomik belirleyicileri incelendiğinde bazı uyumsuzluklar bulunmaktadır. 1980 ve 1990 arasında yapılan ilk çalışmalar öncelikle cinsiyet, yaş ve gelir üzerinde yoğunlaşmıştır. Lamp, Asturias, Roberts ve Brodie, (1992), Gouguet (1998); Ohl, (1991); Taks, Renson ve Vanreusel (1995) genellikle erkek tüketiminin bayan tüketiminden daha fazla olduğunu belirtmişlerdir. Michon & Ohl, (1989); Michon, Ohl, & Faber, (1987) ise, bu farkın sportif branşlardan kaynaklandığını belirtmişlerdir (Aktaran: Fernando ve Manuel, 2007: 103-122).

Lamb, (1992), Matsuda, (1990), Michon & Ohl, (1989) Pedrosa, (2000); Taks, Renson, & Vanreusel, (1995), Villalba, (2002) spor ürünlerinin normal ya da lüks ürün olması, gelirin spor tüketimi ile pozitif bir ilişkisi olduğunu gösterdiğini belirtmişlerdir. Desbordes, (1999) ise, yaş ile spor tüketimi arasında açık bir ilişki bulunmadığını rapor etmiştir (Aktaran: Fernando ve Manuel, 2007: 103-122).

Daha sonraki çalışmalarda meslek ve eğitim gibi değişkenler araştırmaların kapsamına alınmıştır. Desbordes ve ark. (1999), AndreffveNys (2001), vasıfsız ya da yarı vasıflı işçiler ve düşük eğitilmiş grupların spor tüketimi ile negatif bir ilişki içinde olduğunu belirtmişlerdir. Taks, Renson ve Vanreusel (1999), Gable ve Ohl (2002) ise, diğerlerinin aksine pozitif bir ilişki olduğunu belirtmişlerdir. Ev halkının sayısı ve nüfus sayısının spordaki tüketiminde etkiye sahip olması dikkat çekicidir. Bunun yanı sıra, Taks, Renson, ve Vanreusel (1999) daha fazla çocuk sahibi olan ailelerin daha fazla sportif tüketim gerçekleştirdiğini, GrattonveTaylor (2000)'ın ise, aile sayısı ile spor tüketimi arasında bir ilişkinin bulunmadığını ifade etmektedirler. Popülasyonun sayısı ile ilgili Pedrosa (2000)'da kentte yaşayan ailelerin kırsal kesimde yaşayan ailelerden daha fazla spor tüketimi gerçekleştirdiğini ifade etmektedir (Aktaran: Fernando ve Manuel, 2007: 103-122).



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### SPOR TÜKETİCİSİNİN ALGILADIĞI DEĞERİ, ALGILADIĞI TATMİNİ VE DAVRANIŞSAL NİYETLERİ

#### 1. SPOR TÜKETİCİSİNİN ALGILADIĞI DEĞER

1990'larda üreticiler ve perakendeciler için stratejik bir zorunluluk olan algılanan değer, yirmi birinci yüzyılda da önemini devam ettirmektedir (Vantrappen, 1992: 193-210; Woodruff, 1997: 84-91; Forester, 1990: 12). Levy (1999) yöneticilerin tüketici değerinin ne olduğunu anlaması ve pazarda yer edinme avantajını elde etmek için dikkatlerini tüketici değeri üzerine odaklamaları gerektiğini söylemektedir. Buna paralel olarak araştırmacılar, tüketicilerin alış veriş davranışının ve ürün seçiminin en önemli belirleyicilerinden birinin değer algısı olduğunu ifade etmektedirler (Bishop, 1984: 19-20; Doyle, 1984: 15-19; Schlecther, 1984: 12-14). Zeithaml (1988) algılanan değeri, tüketicinin kabul etme ve verme algısına dayanarak ürün ya da hizmetin yararını bütünsel bir şekilde değerlendirmesi olarak tanımlamaktadır. Zeithaml (1998) bu değerlendirmeyi bir ürün ya da hizmetin “vermek” ve “almak” unsurlarının karşılaştırılması olarak ifade etmektedir.

İlgili literatür incelendiğinde tüketici araştırmalarının karar vermede içsel duyguları içeren bilişsel görüşler üzerine odaklanmaya başlamış olmasının, bir amaç ya da deneyim uğruna verilen bir değer var olduğunu göstermektedir (Holbrook ve Hirschman 1982: 132-140). Buna örnek olarak, tüketim sürecinin simgesel, hedonik (zevke dayalı) ve estetik görüşü içeren deneyime dayalı bakış açısıyla tartışılması verilebilir. Holbrook ve Hirschman daha önceleri ürünün/hizmetin vurgulanmasında var olan bilgi sürecindeki bakış açısının sadece ürünün/hizmetin amacına ya da doğru dürüst işlevsel çalışmasına dayanan yararçı kriterden etkilendiğini ve çalışmaların bunun üzerine yoğunlaştığını belirtmişlerdir. Deneyimsel bakış açısının ise üründen/hizmetten alınan zevke dayanan hedonik kriterden etkilendiğini ifade etmektedirler. Hirschman ve Holbrook (1982) hedonik tüketimi, bireyin ürünle ilişkili deneyiminin çok boyutlu duygusal, fantastik ve duygusal görüşleri ile ilgili olan tüketici davranışının kıymetli yönleri olarak tanımlamaktadırlar. Bu görüş, içerisinde risk barındıran sportif aktivitelere neden katılım gerçekleştirildiğini anlamak için önemlidir (Arnould ve Price, 1993: 24-25; Celsi ve ark., 1993: 1-23). Hedonik tüketim ürün kullanımı

esnasında yaşanan deneyim üzerine odaklanmaktadır. Celsi ve ark., (1993) ekstrem sporların takım branşlarından biri olan rafting deneyiminin tüketim boyutlarını tarif etmek için yazıya dayalı bir yaklaşım kullanmışlardır. Gökyüzü dalışının heyecan, memnuniyet ve havadayken gökyüzü dalışısının akıyor gibi hissettiği duygularını ve ekstrem spora başlama ile ilgili güdülerini (macera, heyecan, sosyal ve merak) belirlemeye yönelik bir tanımlama üzerinde çalışmışlar ve ekstrem sporların hedonik tüketimden oldukça etkilendiğini ortaya koymuşlardır. Buna paralel olarak, Arnould ve Price (1993) meceralı hayatı ummak ya da farklı bir şeyleri bulmak adlı temalar üzerinde durarak benzer bulgular ortaya koymuşlardır.

Deneyimsel bakış açısıyla tüketicinin karar verme davranışının duygusal boyutunda var olan hedonik tüketim, ekstrem sporların en dikkat çeken yanını oluşturmaktadır. Dolayısıyla ekstrem spor tüketicisinin hedonik tüketimini ortaya koyabilecek bir duygusal değer algılaması önem kazanmaktadır. Bu noktada, tüketicinin algıladığı değerın yaygın bir çerçevesi Sheth, Newman ve Gross (1991) tarafından geliştirilmiştir. Çok boyutlu bir müşteri tercihinin çok yönlü işlevleri üzerine çalışmışlardır. Bu amaç doğrultusunda tüketici tercihi ile ilgili sosyal, duygusal, işlevsel, epistemik ve koşullu değer adı altında beş boyut ortaya koymuşlar ve bu boyutların farklı tercih durumlarında müşterinin seçimine katkılar sağladıklarını ifade etmişler. Bu boyutların satın alma düzeyine (satın alma ya da satın almama), ürün düzeyine (A tipi ürün ya da B tipi ürün) ve marka düzeyine (A markası ya da B markası) karar verip verme ile ilgili tercihten algılanan yararlar ile ilişkili olduklarını ifade etmişlerdir. Jillian ve Geoffrey, (2001) tarafından ortaya konulan duygusal değer algılaması boyutu ile ilgili olan ifadeler tez çalışması kapsamında geliştirilen ölçeğe dahil edilmiştir.

## **2. SPOR TÜKETİCİSİNİN ALGILADIĞI TATMİN**

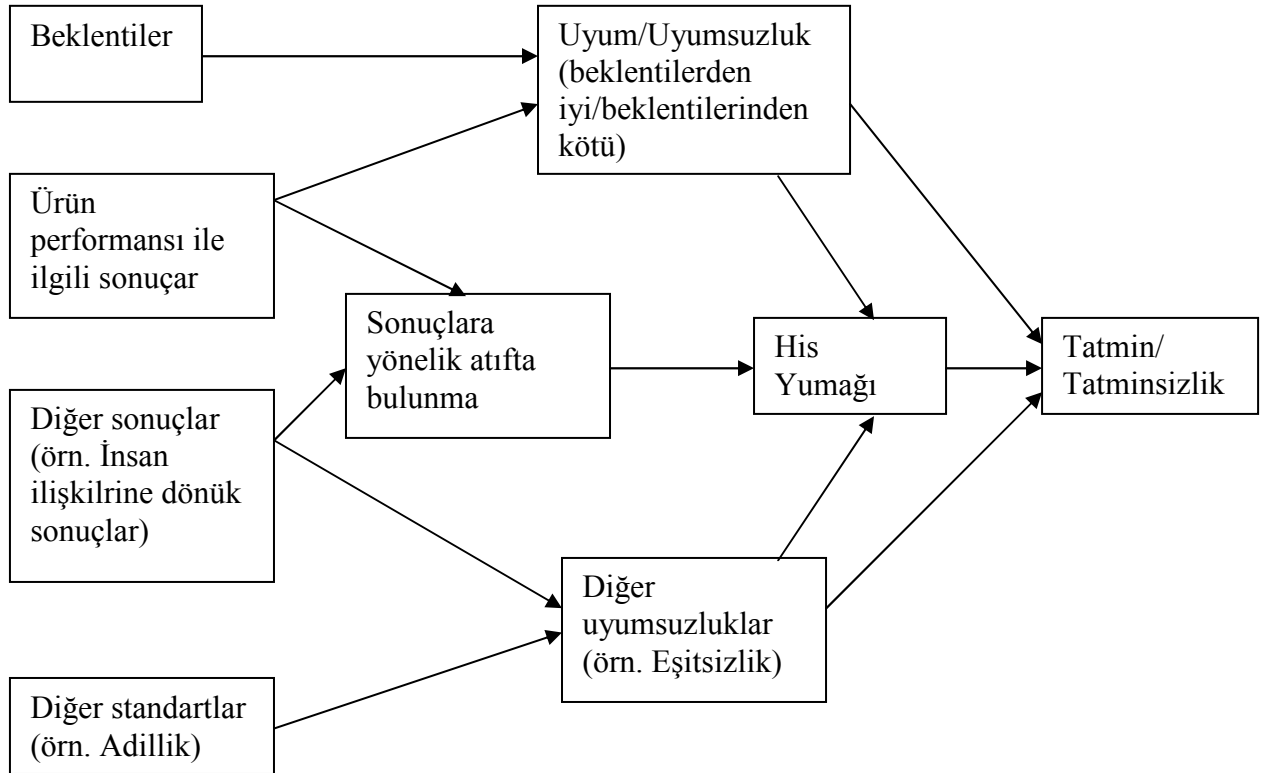
Tüketici davranışı araştırmaları ürün ya da hizmetin tüketimi sonrasında karar verme davranışını anlamaya amaçlamaktadır. Tüketiciler beklentilerine ve ihtiyaçlarına karşı ürün ya da hizmeti değerlendirmektedirler. Bunun sonucu tatmin ya da tatminsizliktir. Tatmin satın alıcının sadakatini ve deneyimini tekrarlamasını kuvvetlendirmektedir. Tatminsizlik ise ürün ya da hizmete yönelik olumsuz tutum ortaya çıkarmakta ve tüketici deneyimini tekrarlatmamaktadır (Alexandris ve Palialia 1999: 218-228). Engel ve ark., (1995) pazarlama literatüründe tatminle ilgili bir çok araştırmanın gerçekleştirildiğini ve bunun bir kaç sebebinin olduğunu vurgulamaktadır. Bu sebepleri, baskın bir pazarlama amacı olarak müşterinin akılda tutma özelliğinin önemi, tatminin tüketicinin akılda tutması için anahtar

özelliğ olması gerçeğini tartışmamak ve tüketici tatmin cevaplarını biçimlendirmede ürün ve hizmet kalitesinin mücadelecisi rolü olarak sıralamaktadırlar.

Tatmin konusunun pazarlamacılar açısından önem taşımasının en önemli sebeplerinden birisi, bu kavramın tüketicilerin gelecekteki davranışları veya davranışsal eğilimleri (yeniden alma niyeti tavsiye etme niyeti gibi) ile olan ilişkileridir (Cronin ve ark., 2000). Tatmin ile ilgili araştırmaların çoğunlukla vardıkları sonuçlardan birisi tüketicilerin aldıkları ürünlerden tatmin olmaları durumunda, aynı ürünü tekrar alma veya sürekli alma niyeti ortaya koymalarıdır (Taylor ve Baker, 1994). Oliver (1997) tüketici tatminini, tatminkarlık ve tatmin olmama seviyeleri de dahil olmak üzere, bir mal veya hizmetin bir özelliğinden veya bütün olarak kendisinden, tüketimle ilgili keyif verici tatminkarlık yargısı olarak tanımlamaktadır. Oliver (1997)'e göre tanımlanan tatminin ortaya çıkması için en az iki belirleyici faktör gerekmektedir. Bunlar, ürünün kullanımı ile ortaya çıkan bir sonuç (outcome) ve bu sonuçla karşılaştırma yapmak üzere alınacak bir referans noktasıdır (comparison referent). Bir üründen alınan performans (ürünün iyi çalışıp çalışmadığı gibi) o ürünün kullanımı sonucu ortaya çıkan bir sonuç olarak kabul edilebilir. Diğer taraftan, Oliver (1997) karşılaştırma için referans alınan olgulara en tipik örnek ürünün önceki kullanımından doğan tatmin veya tüketicinin çevresindeki tanıdıklarının tatmin algıları olduğunu belirtmiştir. Oliver (1997) tatmin kavramının mal veya hizmet performansı (mal veya hizmetin ne ölçüde iyi sonuç verdiği), kalite, değer, tavır, endişe, pişmanlık, bağlılık, tekrar satın alma gibi kavramlardan farklı olduğunu vurgulamaktadır.

Oliver (2000)'ın geliştirmiş olduğu tatmin sürecini betimleyen Beklentiler Uyum Modeli pazarlama araştırmalarında oldukça sık kullanılmaktadır. Bu modele göre, tüketicilerin tatmini veya tatminsizlik yargılarına dolaysız sebebiyet veren üç temel faktör bulunmaktadır. Bunlar ürün kullanımı veya ürün tecrübesi sonucu ortaya çıkan sonuçlar ile beklentilerin karşılaştırılması ile oluşan uyum/uyumsuzluk algısı, his yumağı ve ürün kullanımı veya ürün tecrübesi sonucu ortaya çıkan diğer sonuçlar (örneğin, kişiler arasındaki ilişkilere yönelik sonuçlar) ile diğer standartların (örneğin, eşitsizlikler) karşılaştırılması sonucu ortaya çıkan diğer uyum/uyumsuzluklardır. Modelde his yumağının oluşmasında üç faktör dolaysız olarak sebebiyet vermektedir. Bunlar uyum/uyumsuzluk algısı, sonuçlara yönelik atıfta bulunma ve diğer uyum/uyumsuzluklardır (Oliver 2000: 247-254). Şekil 6'da Beklentiler Uyum Modeli gösterilmiştir.

## Şekil 6: Beklentiler Uyum Modeli



**Kaynak:** Oliver 2000: 265

Modelde betimlenen ilişkilerde tatmin/tatminsizlik yargısına varma olayı, yalnızca duygulara veya bilişsel algılara dayalı olabileceği gibi, her ikisine birlikte de dayalı olabilir. Modelde, uyum/uyumsuzluklar bilişsel algıları temsil ederken, his yumağı tüketicinin hissettiği farklı duyguları temsil etmektedir. Oliver (2000) modelde hem ürün hem de hizmet alımları için geçerli olacağını savunurken, hizmet alımlarının baskın olan faktörlerin, kişiler arası ilişkiler ve duygularla ilgili faktörlerin olduğu düşünülmektedir.

Spor tatmini birçok araştırmacı tarafından açıklanmaya çalışılmıştır. Scanlan, Stein ve Ravizza (1989) sporda tatmini, eğlenmek, sevmek ve memnun kalmak gibi spor deneyiminin yansıttığı duyguları ve/veya algılamaları pozitif etkileyici tepki olarak tanımlamışlardır. Wankel (1993) ise tatminin, pozitif bir duygu veya bu etkili durumun, doğanın hemostatik bir dengesi olduğunu belirtmiştir (Aumand, 2005: 25). Spor pazarlaması ile ilgili alan yazını incelendiğinde algılan spor tüketicisi tatmini, gerçekleştirilen organizasyonların başarısında hayati öneme sahip olan özelliklerden biri olarak ifade edilmektedir (Cronin ve Taylor, 1992:

55-68). Engel ve ark., (1995) tatmini, satın alma sonrasında en az bir kez tekrarlayan deneyim ya da beklentilerin aşılması olarak tanımlamaktadır. Mullin ve ark., (2000) spor organizasyonlarında sağlanan hizmetlerin diğer hizmet çeşitlerinden oldukça farklılaştığını, spor ürününün, satın alan müşterinin beklentilerini istenilen düzeyde tatminini sağlayacak (malzeme, hizmet ve/veya fikirler) vasıflı niteliklerin kombinasyonundan, süreçlerden, becerilerden oluştuğunu ve kar odaklı katkı sağlayan somut ve soyut unsurları içerdiğinden bahsetmektedirler.

Spor tüketiminde tatmin konusu soyut ve somut ürün olarak adlandırılan iki farklı şekilde gerçekleşmektedir. Ekstrem spor tüketiminde eldiven, güneş gözlüğü, kask, t-shirt, kum ayakkabısı, koruyucu pedler, bisiklet, kelepçeler, sörf v.b. somut ürünlerin bir çoğu ekstrem spor pazarında bulunmaktadır. Ayrıca, her bir spor branşı için çeşitli promosyon ürünleri çeşitli dillere uyarlanmış şekilde katılımcılarına sunulmaktadır. Ekstrem sporların yazılı ve görsel medyadaki tüketimine örnek olarak da On The Edge, Trasher, Slam, Rip Tide, Powder Hound and Ballistic gibi dergiler ve ESPN, ESPN2, ABC, Fox Sport, Extreme Sport Channel, Eurosport ve Eurosport2 gibi yayın organları örnek verilebilir (Shilbury ve ark. 2009: 81; Cleland, 2001: 22-24) Bunlara ek olarak, çocukların ekstrem spor video oyunlarına oldukça yüksek ilgi göstermesi de dahil edilmelidir (Koranteng, 2001). Berry ve Parasuraman (1991) somut bir üründen bir hizmeti ayırmak için kar odaklı bir kaynağın somut olmaktan ziyade daha fazla soyut özellik göstermesi durumunda bir hizmet olarak düşünülebileceğini ifade etmektedirler. Bu bağlamda, pek çok spor ve rekreasyon organizasyonunun malzemenin ziyade hizmet üretimi içerdiğini görüşüne yer vermektedirler. Bu görüşe paralel olarak, Stotlar (1993) profesyonel ve amatör spor takımlarının, sağlık ve fitness merkezlerinin, arenalar ve klüplerin tümünün öncelikle sporla ilişkili olan hizmetler sağladığını belirtmektedir. Gerson (1999) spor pazarlaması alanı içerisinde tatmin konusu en çok spor merkezlerindeki (fitness merkezleri) müşteri tatmini üzerinde yoğunlaştığını ve spor merkezlerinin müşteri odaklı organizasyonlar olduğunu belirtmiştir. Spor merkezindeki bir müşterinin gerçek ya da algıladığı gereksinimlerini her ne zaman olursa olsun tam ya da fazlasıyla tatmin edebildiğini savunmaktadır. Torkildsen (1992) spor merkezlerinde bulunan tesislerin (tenis kortu vb.) ve yapılan spor etkinliklerinin (pilates vb.) sportif ürün olduğunu savunmaktadır. Aslında bu ürünlerin, katılım deneyiminde müşterinin karşılıklı alışverişinin bir birleşimi olan gerçek ürün anlamına geldiğini düşünmektedir. Sportif hizmet ürünlerini yegane ve materyal ürünlerden farklı yapan özellikleri bulunmaktadır. Sportif hizmet ürünleri somut olmadığı için depolanamaz, elde tutulamaz ve dayanıksız ürünlerdir (Torkildsen, 1992:

45). Spor tüketicisinin gereksinim ve istekleri sürekli tahmin edilememekte ve değişmektedir. Bu yüzden, spor pazarlayıcıları müşterilerinin tatminini sağlamaları için hizmet kalitesi ve satın alma eğilimlerini anlamaya çalışmalıdırlar (Lee ve ark., 2000: 493-502). Spor tüketiminde hizmet ürünleri ve malzeme ürünleri ile ilgili tatmini birbirinden ayıran önemli özellikler mevcuttur. Dolayısıyla uygulamaya konulacak olan anket formunda algılanan tatmin değişkeninin ölçülmesinde kullanılan ifadelerin seçiminde bu farklılığı ortaya koyan dört ifadeye yer verilmiştir. McDougall ve Leveque (2000)'nin gerçek hizmet kalitesi, bağıntısal hizmet kalitesi ve algılanan değer arasındaki ilişkiyi inceledikleri araştırmalarında tatmin ile ilgili ortaya koydukları ifadeler ölçek kapsamına dahil edilmiştir. Marc ve Glyn (1993)'nin amaç yönelimi ve spor deneyim algısını araştırdıkları çalışmalarındaki alt boyutlardan biri olan mücadeleden algılanan tatmin alt boyutudur. Hizmet ürünlerine yönelik mücadeleden elde edilen tatmin boyutu ile ilgili olan ifadeler ölçek kapsamına dahil edilmiştir.

### **3. SPOR TÜKETİCİSİNİN DAVRANIŞSAL NİYETLERİ**

Tüketicinin satın alma sonrası ortaya çıkan değerlendirmeleri, duygu ve düşünceleri (alıcının başkalarına ne söyleyeceği ve alışkanlığa dönüşen tekrar alımları yapıp yapmayacağı gibi) pazarlama açısından önemlidir. Ancak, alışkanlığa dönüşen satın almalar dışında tüketicide seçilen malın olumsuz yanları, seçilmeyen malların üstünlükleri bir kaygı, yanlış seçim endişesi ve uyumsuzluk yaratmaktadır (Mucuk,1998: 90). Satın alma sürecinde çoğu tüketiciler kendilerine bazı sorular (ben bu üründen daha sonra memnun kalacak mıyım? paramın karşılığını alacak mıyım?) sormaktadır. Aynı sorular satın almadan sonra da sorulabilir. Bir satın alma konusundaki tatminsizlik ya da belirsizlik bireylerde oluşan bilişsel çelişkiye bağlıdır. Bu çelişki, bireylerin bilgiyi kendi duyguları doğrultusunda almamaları sonucu akıllarında ortaya çıkan rahatsız edici durumdur. Bu durum bir kaynağın güvenilirliğini bozarak ya da birinin kendi pozisyonunu değiştirerek değiştirilebilmektedir (Hisrich, 1993: 85).

Bazı çalışmalarda, tüketicinin tekrar aynı ürünü tercih etmesi, alternatiflere yönelmesi ve başkalarına tavsiyede bulunması gibi satın alma sonrası davranışları, tüketicinin algıladığı değer doğrudan etkilediği bir sonuç olarak ifade edilmektedir (Sweeney ve ark., 1999: 77-105; Brady ve Robertson, 1999: 469-86; Cronin ark., 1997: 375-91). Bazı çalışmalarda ise satın alma sonrası davranışların, tüketicinin algıladığı tatmin sonucunda gerçekleştiği ve

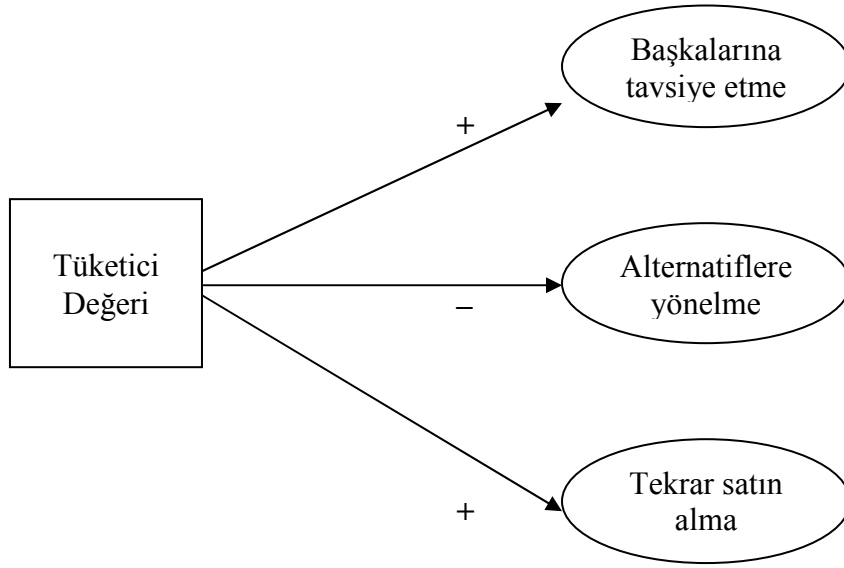
tatminin de algılanan değere göre şekillendiği ifade edilmektedir. Dolayısıyla tüketici değeri ve tatmin kavramlarının içeriği, birbirleriyle ilişkisi ve hangisinin satın alma sonrası tüketici davranış sonuçları üzerinde doğrudan ve dolaylı bir etkiye sahip olduğu gibi konuların netleştirilmesi gerekmektedir (Eggert ve Ulaga, 2002; 107-118; McDougall ve Levesque, 2000: 392-410).

Tüketici tatmini ve tüketici değeri kavramları her ne kadar birbiriyle benzer ve tamamlayıcı kavramlar olarak gözükse de ayrı ayrı kavramlar olduğunu vurgulamak gerekmektedir (McDougall ve Levesque, 2000: 392-410). Eggert ve Ulaga, (2002) tüketici değeri ve tüketici tatmini arasındaki kavramsal farklılıkları şu şekilde özetlemişlerdir: (1) Tüketici değeri satın alma öncesi ve sonrasında ortaya çıkan bir değerlendirme iken, tüketici tatmini sadece satın alma sonrası ortaya çıkan bir sonuçtur. (2) Tüketici değeri, tüketicilerin kendilerine sunulanları nasıl değerlendireceğiyle ilgili olduğu için firmanın tüketici ihtiyaçlarını en iyi karşılayacağı stratejik bir yaklaşımı zorunlu kılmaktadır. Ancak tüketici tatmini hizmet sunan tarafın hizmeti ne kadar iyi sunduğuyla ilgili olduğu için taktiksel bir odaklanmayı gerektirmektedir. (3) Tüketici tatmini mevcut tüketicilerin değerlemesiyle gerçekleşirken, tüketici değeri geçmiş, mevcut ve gelecekteki potansiyel tüketicilerin değerlendirmesiyle de gerçekleşen bir süreçtir. (4) Tüketici tatmini firma tarafından sunulanların değerlendirilmesi sonucu ortaya çıkarken, tüketici değeri aynı zamanda rakip ürün ve hizmetlerin de dikkate alınarak değerlendirilmesiyle ortaya çıkan bir yargılamadır.

Tüketici değeri ve tatmininin satın alma sonrası davranış sonuçları üzerindeki etkilerini, tüketici değeri ve sonuçlarıyla ilgili ve tüketici tatmini konularında çok sayıda araştırma gerçekleştirilmiştir. Ancak, tüketici değeri ve tüketici tatmini ilişkisini ve satın alma sonrası davranış sonuçları üzerinde bu iki kavramın birlikte etkisini inceleyen çalışmaların sayısı oldukça azdır (Woodruff, 1997: 139-93; Eggert ve Ulaga, 2002: 107-118). Bu konuda açığa kavuşturulması gereken önemli nokta, tüketicinin tekrar aynı ürünü tercih etme veya farklı alternatiflere yönelme ve başkalarına tavsiye etme gibi satın alma sonrası tercihleri üzerinde, tüketici değerinin mi yoksa tüketici tatmininin mi doğrudan ve daha güçlü bir etkisi olduğu ve tüketici değeri ile tüketici tatmini kavramları arasında nasıl bir etkileşimin olduğu konusu ön plana çıkmaktadır. Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde bu konuda çizilen çerçeveyi iki farklı model etrafında toplamak mümkün olmaktadır. Birinci gruptaki çalışmaların geliştirdikleri model, tüketicinin algıladığı değer, tekrar aynı ürün ve hizmeti satın alma, alternatiflere yönelme ve başkalarına tavsiye etme gibi satın alma sonrası davranış

sonuçları üzerinde doğrudan etkili olduğunu ileri süren modeldir (Sweeney ve ark., 1999: 77-105; Brady ve Robertson, 1999: 469-86; Cronin ve ark., 1997: 375-91). Yani tüketicinin algıladığı değerın yüksek olması, tekrar aynı ürün ve hizmeti satın alma ve başkalarına tavsiye etmesi üzerinde olumlu bir etkiye sahip iken alternatiflere yönelme üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğunu ifade eden modeldir (Şekil 7)

**Şekil 7: Tüketici Değerinin Satın Alma Sonrası Davranışsal Niyetler Üzerinde Doğrudan Etkisi**



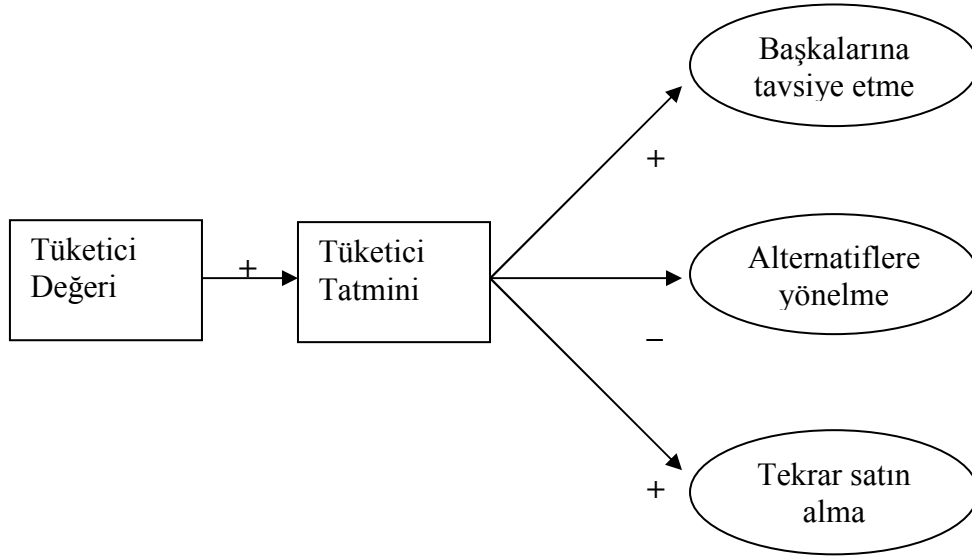
**Kaynak:** Sweeney ve ark., 1999: 77-105; Brady ve Robertson, 1999: 469-86; Cronin ve ark., 1997: 375-91.

İkinci grup çalışmaların modeli ise tüketici değeri ve tüketici tatmini arasındaki kavramsal farklılıkları ve nedensellik ilişkisini de dikkate alarak, tüketici değerinin satın alma sonrası davranış sonuçları üzerinde dolaylı olarak etkisi bulunduğunu ileri süren modeldir (Eggert ve Ulaga, 2002: 107-118; McDougall ve Levesque, 2000: 392-410). Bu modele göre bilişsel bir süreç olan tüketici değeri oluşumunun sonucunda, öncelikle tüketici tatmini veya tatminsizliği ortaya çıkacaktır. Tüketicinin tatmin düzeyi de satın alma sonrası tercihlerini yönlendirecektir. Dolayısıyla tüketici değeri satın alma sonrası tüketici tercihleri üzerinde doğrudan değil, tüketici tatmini vasıtasıyla dolaylı bir etkiye sahip olacaktır. Başka bir ifadeyle, tüketici değeri satın alma sonrası tercihler üzerinde gerekli ama tek başına yeterli olmamakta, ancak üstün bir tüketici tatminyle arzu edilen etkiye sahip olabilmektedir (Bolton



ve Drew, 1991: 375-384). Satın alma sonrası tüketici tercihleri üzerinde tüketicinin algıladığı değer mi yoksa tatminin mi tek başına daha etkileyici olduğu konusundaki belirsizlik de önemli ölçüde bundan kaynaklanmaktadır (McDougall ve Levesque, 2000: 392-410).

### Şekil 8: Tüketici Değerinin Satın Alma Sonrası Davranışsal Niyetler Üzerinde Tüketici Tatmini Yoluyla Doğrudan Etkisi



**Kaynak:** Eggert ve Ulaga, 2002: 107-118; McDougall ve Levesque, 2000: 392-410.

Sporun doğası gereği birkaç bilim dalıyla ilgili olması, spor tüketim araştırmalarını zorlaştırmaktadır. Spor tüketim davranışı araştırmaları; standartlaştırılmış değişkenler, geleneksel bir cevaplamanın alt yapısını oluşturma, boylamsal modellerin avantajlarından yararlanma, diğer disiplinlerden alınan ölçüm enstrümanlarının yanlış kullanımı, geçerlik ve güvenilirlik ile ilgili dikkat eksikliği, programlı çalışmalar yerine tek seferlik çalışmalar ve neden sonuç ilişkisi ile ilgili karmaşa gibi sorunlarla başa çıkmak için daha hassas olma eğilimindedir (Wells, 1993: ).

Wells (1993)'in spor tüketimi ile ilgili araştırmaların yüzleştiği zorlukları ve sorunlarını anlamak için tüketim araştırmalarına yönelik kriterleri ortaya koymuştur. Wells (1993) tüketici davranış araştırmalarının yeniden düzenleyerek keşfedici-yönlendirilmiş bir yaklaşım ile daha geniş ufuklara, daha büyük bir izleyiciye, farklı yeteneklerin karışımına, keşfetmeye daha fazla vurgu yapan, tüketicilere karşı daha dikkatli, daha samimi olan ve anlamlı sonuçlara dikkat eden araştırmalar yapılmasını savunmaktadır. Bu amaçları başarmak için, beş kriter önermektedir. Bunlar, (1) Evden uzaklaşmak, (Leave house) (2) Metodolojiden

vazgeçmek, (Forsake metholdology) (3) İdrak etmek (Reach Out), (4) Küçük başlamak ve gerçekte kalmak (Start small and stay real) ve (5) Geriye doğru araştırmak (Research backwards)'tır.

**Evden ayrılmak:** Araştırmacının yaşadığı ülkenin sınırları dışındaki dış dünya ile karşılıklı etkileşime geçmesi, ülkeler arası ve ülkelerin karşılaştırılması konusunda spor ile ilgili bilgi paylaşılması, edinilmesi ve kullanılmasını içermektedir (Wells, 1993: 489-504).

**Metodolojiden vazgeçmek:** Sporda tüketici davranışı bireyin gerçekte deneyimlerinin ötesinde doğal popölasyonlarda test edilen teorilerin bir geleneğini oluşturmaktadır. (Funk, Mahony ve Ridinger, 2002: 33-43; Madrigal, 1995: 263-275 ; Zhang ve ark., 1995: 29-39). Bunu oluşturan iki sebep bulunmaktadır. Birincisi, spor tüketicileri genel ürün kategorisindeki tüketicilerden ziyade doğal şartlarda daha ulaşılabilir olmasıdır. İkincisi, spor tüketimi davranışındaki laboratuvar araştırmalarında spor tüketicisine ulaşabilmenin zorluğudur (Wells, 1993: 489-504). Dolayısıyla geleneksel araştırma metodolojisinden uzaklaşılması gerekmektedir.

**İdrak etmek:** Birkaç bilim alanıyla etkileşim içerisinde olan sporda tüketim davranışı komşu kavramlar, bilgiler ve problem çözme stratejilerinden yararlanmak için idrak etmek konusu üzerinde odaklanmalıdır (Wells, 1993: 489-504).

**Küçük başlamak ve gerçekte kalmak:** Spor tüketicilerini tamamiyle anlayabilmek için zamanında atılan küçük adımların ve sürekli olan bir gelişimin sağlanması gerekmektedir. Araştırmaların bütünsel bir çizgide gelişmesini sağlamak için işbirliği içinde çalışılması gereklidir. Sürekli olarak gerçekte olunmalı ve öyleyse nedir sorusu sorulmalıdır. Ancak bu şekilde sporda tüketim davranışı tam olarak anlaşılabilecektir (Wells, 1993: 489-504).

**Geriye doğru araştırmak:** Wells (1993) normal araştırma sürecinin tersine yedi adım önermektedir. Bu öneride araştırmacı sürecin sonundan başlar ve başlangıca doğru ilerler. Bu adımlar şunlardır;

1. Araştırma gerçek dünyada nasıl uygulanacak (teori geliştirme, dergi makalesi, pazarlama uygulaması vb.)
2. Sonuç raporuna nasıl bakılacağı ve neleri iereceğiyle ilgili Şeyleri belirlemek için pazarın test edilemesi yoluyla içeriğin keşfedilmesi.
3. Bilginin iletimi ve sunumu için gerekli analizlerin düzeyini belirleme.
4. Analizin gerçekleştirilmesi için toplanan bilginin türünü belirleme.
5. Halihazırda ikinci derecedeki bilgiyi ticari olan ve olmayan hizmetlerden toplama.
6. Veri ile ilişkili olan ölçek ve örnekleme planını oluşturabilme.
7. Gerçek alan araştırmasını başarabilme (Wells, 1993: 489-504).

Eggert ve Ulaga (2002)'nin satın alma sonrası ortaya çıkabilecek üç farklı eğilim olan tekrar satın alma, alternatiflere yönelme ve başkalarına tavsiye etme değiskenlerini ölçmek üzere toplam altı ifade ölçek kapsamına dahil edilmiştir.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

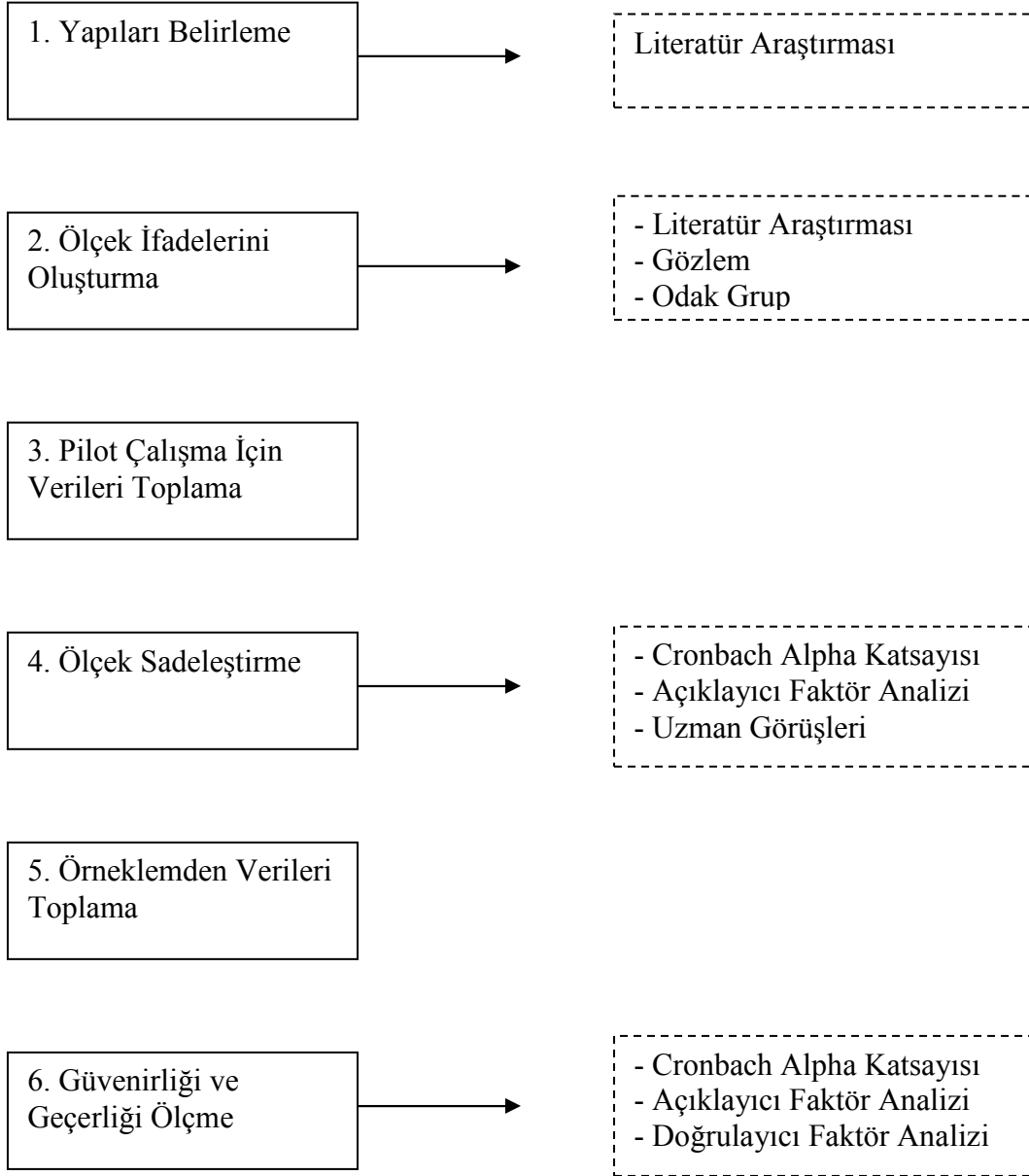
### EKSTREM SPORU GÜDÜLEYEN FAKTÖRLERE İLİŞKİN ÖLÇEĞİN GELİŞTİRİLMESİ

#### 1. EKSTREM SPOR TÜKETİM ÖLÇEĞİ

Spor genelde sosyal grupların içerisinde önemli bir yere sahip olmakta ve spor tüketim harcamaları bakımından büyüyen bir sektör haline dönüşmektedir. Doğa sporları, sportif maceralar ve spor turizmi gibi rekreatif aktiviteler farklılığından ötürü gittikçe popülerleşmektedir. Farklılaşma konusunda ise ekstrem sporların rekreatif aktivitelere katkı sağladığı söylenebilir. Ekstrem sporlar, bireye yüksek risk algısı, yüksek konsantrasyon, heyecan ve macera duygularını üst düzeyde yaşatmasıyla, diğer spor türlerinden kendisini ayıran önemli özelliklere sahiptir. Ekstrem sporlar, özgürlük eğiliminin yanı sıra farklı bir yaşam biçimini yaşatma konusunda oldukça başarılıdır. Ekstrem sporların bu özellikleri göz önüne alındığında mevcut Türk literatüründe bu özellikleri dikkate alarak geliştirilmiş bir ölçek bulunmamaktadır. Bu nedenle, tez çalışmasında, araştırma kapsamına dahil edilecek ekstrem spor güdülerinin belirlenmesi amacıyla bir ölçek geliştirilmesi gerekmektedir.

Tez kapsamında ölçek geliştirme çalışması, Churchill (1979) tarafından önerilen ölçek geliştirme sürecine dayandırılmıştır. Tez çalışmasında kullanılan ölçek geliştirme süreci Şekil 14'de özetlenmiştir.

### Şekil 9: Ölçek Geliştirme Süreci



**Kaynak:** Churchill, 1979: 64-73'den uyarlanmıştır.

## 1.1. Yapıları Belirleme

Ölçek geliştirme sürecinin birinci aşamasında, literatür incelemesi sonucunda araştırma boyutları belirlenmiştir. Bu aşamada, araştırmacının işleyişle ilgili tanımlar ile ölçekteki temel yapıların neler olduğunu ve bu yapıların neleri içerdiğini belirlemesi gerekmektedir (Churchill, 1979: 64-73). Bu aşamada amaç, her bir boyutun kavramsal tanımlarının geliştirilmesine izin veren özellikleri belirlemektir. Bu bağlamda, literatür araştırması, yapıların belirlenmesi ve kavramlaştırılmasında kullanılan bir yöntemdir. Tez çalışmasının ikinci bölümünde detaylı olarak incelenen, ekstrem spor tüketimi ile ilgili teoriler ve modeller temel alınarak ekstrem spor tüketim güdülerini açıklayan beş temel boyut belirlenmiştir. Bu beş boyut: sosyal faktörler (aidiyet, arkadaşlık), heyecan ve macera arama (risk alma arzusu, heyecan arama, zevk/haz), değerler (özgürlük, özsaygı, eğlence, farklı olma), stres atma ve fiziksel fitness'tir.

### 1.1.1. Sosyalleşme (Aidiyet, Arkadaşlık)

Aidiyet, başkalarıyla birlikte karşılıklı ilişki kurma ihtiyacı ile kendini ilişkilendirmek ya da bağlanmak olarak tanımlanabilmektedir (Milne ve Mc Donald 1999). Sporda ait olma duygusu ana güdüleyici faktör olarak tanımlanan spor ilgisi ile uyumlu olduğu görülmektedir (Zaggelidis ve ark., 2004: 1-8). Aidiyet farklı spor branşlarında, boş zaman aktivitelerinde ve açık alan aktivitelerinde ana güdüleyici faktör olarak bulunmuştur. Jones, Mackay ve Peters (2006) mücadele sporcularının katılım güdüleyicileri ile ilgili araştırmalarında, katılımcılar için ortaya koydukları yedi güdüleyici arasında aidiyet faktörünün en önemlisi olduğunu belirlemişlerdir. Donnelly ve Young (1988) sporla ilişkinin kimlik duygusunu kuvvetlendirme isteği tarafından güdülendiğini belirtmektedir. Diğer bir deyişle, bireyin spor, boş zaman ve açık alan aktivitesi ile ilişkili bir gruba bağlı olması o birey için duygusal ve değerlendirici öneme sahip olduğu düşünülebilir. Bu yüzden, gruptaki üyeler vasıtasıyla birey, toplum içerisindeki pozisyonunu belirleyen özel bir sosyal kimlik kazanmaktadır. Dahası, grubun üyeleri ile ilişki kurabilir ve bireysel farklılıklarını gözetmeksizin grubun genel özelliklerini paylaşabilmektedir.

Milne ve McDonald (1999), arkadaşlığı aynı aktiviteden hoşlanan diğerleriyle birlikte olmanın sosyal memnuniyeti olarak tanımlamaktadır. Diğer bir deyişle, sosyal rahatlama terimi bir izleyicinin varoluşu ile etkilenen bireyin performansı üzerindeki negatif ya da

pozitif etkisinin ifadesidir. Hem izleyiciler hem de katılımcılar aile üyeleriyle, arkadaşlarıyla ve iş arkadaşlarıyla ekstra vakit geçirme şansı ile güdülenmektedirler. Arkadaşlık güdüsünün aile huzuru ve sosyal etkileşimin olduğu spor ortamlarında aile ve arkadaşlık ilişkilerinin katılım performansını güdüleyebildiğini ortaya koymuştur (McDonald, Milne ve Hong, 2001: 100-113).

Genellikle alenen tüketilen, tüketici bağlılığı ve tatmin içeren açık alan spor ve boş zaman aktiviteleri sosyalleşmeden etkilenmektedir. Sosyalleşme terimi güdüleyici bakış açısıyla, pozitif sosyal memnuniyet ve aynı aktiviteyi yapan diğer bireylerle hoşça vakit geçirme ile ilişkilidir. Yapılan araştırmalarda, spor tüketicilerinin spora olan ilgilerinin en büyük sebebinin arkadaş ile birlikte olma fırsatı olduğu ortaya konulmuş ve Game Plan, Inc.,1987, 1989; Team Marketing Report, 1989 raporlarında ifade edilmiştir. (Milne ve McDonald, 2003: 21).

### **1.1.2. Heyecan ve Macera Arama (Risk Alma Arzusu, Heyecan Arama, Zevk/Haz)**

Zucherman (1994; 2007) deneyimdeki uyarıya ulaşmak amacıyla riskli sportif aktivitelere katılan bazı bireyleri yüksek düzeyde heyecan arayıcılar olarak tanımlamıştır. Zucherman (1994), duygu aramanın teşvik edici heyecan arama olarak adlandırılan yaygın bir özellik içine entegre edildiği hipotezini öne sürmüştür. Yani, teşvik edilmenin kişisel boyutları ve heyecan arama arasındaki karşılıklı ilişki bulunduğunu ifade etmektedir. Bazı araştırmalar, heyecan arama ve ekstrem sporlara katılımdaki kişilik özellikleri arasında bir ilişki olduğunu rapor etmektedir. Bu ilişkiye, gökyüzü dalışı (Hymbaugh ve Garrett, 1974: 38-118), kaya tırmanışı (Robinson, 1985: 400-404), dağ bisikleti (Schneider, 2001: 135), paraşüt (Hymbaugh ve Garret, 1974: 38-118; Rowland ve ark. 1986) ekstrem spor branşları üzerinde yapılan araştırmalar örnek olarak verilebilir. Zucherman (1979) risk almayı paraşüt, delta kanat, dağ tırmanışı gibi rekreasyonel aktiviteler vasıtasıyla heyecan arama ile ilişkili olan istek olarak tanımlamaktadır. Mobley (1985), sıklıkla açık alan etkinliklerle bağıntılı sporların doğasında var olan risk faktörü ile ilişkili, fiziksel yaralanma olasılığı açık olan rekreasyonel macera aktiviteleri olarak tanımlamaktadır. Tholkes (1998) riski, önemli bir şekilde fiziksel ya da psikolojik yaralanmalarla sonuçlanabilen açık alan etkinlikleriyle ilişkilendirmektedir. Bu risk küçük yaralanmalar, çevresel yaralanmalar ve bazen ölümle bile sonuçlanmaktadır. Zuckerman (1979) organizmaların stresin belirli bir düzeyini aradığını ve elde edilen optimal seviyenin altına düşüldüğünde stres arama davranışının arttığını ifade etmektedir. Spor

katılımı, sosyal olarak kabul edilebilir risk alma ve günlük yaşamın içinde var olmayan stres ortamı sağlamaktadır (Elias ve Dunning 1970: 330-335). Robinson (1992) rekreatif macera aktivitelerine katılan bireylerin tehlikede olma duygusu, zinde olma ve kişisel yönetimi mümkün kılan aktiviteler ile uğraştıklarında duygusal yoğunluklarının arttığını ve yaptıkları sporun daha cazip geldiğini ifade etmektedir.

### **1.1.3. Değerler (Özgürlük, Özsaygı, Eğlence, Farklılık Arayışı)**

Eğlence; memnuniyet ve hoşlanma gibi duyguları yansıtan pozitif duygulanım ifadesi olarak tanımlanabilir. İlişkisel ve betimsel çalışmalar eğlencenin fiziksel aktivitelerle ilişkili olabileceğini işaret etmektedir (Gould, 1985: 126-40; Dilorenzo, 1998: 17). Çalışmalarda eğlence/zevk ile fiziksel aktivite arasındaki ilişkiyi araştırabilecek yeterli düzeyde geçerliği olan bir ölçek kullanılmamıştır (Kendzierski ve Decarlo 1991: 50-64). Eğlence/zevk, geçerlik ve güvenirlik düzeyi düşük olan tek bir ifade kullanılarak ölçülmüştür. Wankel (1993), bu açığı kapatabilmek için Fiziksel Aktiviteden Hoşlanma Ölçeği (The Physical Activity Enjoyment Scale) (PACES) ölçeğini geliştirmiştir. Ölçek, uygun olmayan duruma karşı egzersiz memnuniyet deneyimini araştırmaktadır. Araştırmacı tarafından seçilen mod ve katılımcı tarafından seçilen fiziksel aktivite modu arasındaki farklılığı ortaya koymaktadır (Kendzierski ve Decarlo, 1991: 50-64). Teori ve araştırmalarda eğlence deneyiminin bireyin güdüsünde ve egzersizin devam ettirilmesinde kritik bir faktör olduğu belirtilmektedir (Kremer ve ark. 1997: 1-24 Wankel, 1993: 51-64). Weis (1987), çocukların fiziksel aktiviteyi eğlenceli olarak algılaması halinde, fiziksel aktiviteye katılım eğilimlerinin yükseleceğini ve devam eden katılım şansının içsel güdülenmeyle kuvvetlendirilerek artacağını ifade etmektedir. Bunun yanı sıra, uzun dönemli güdülenmeye sebep olduğu için içsel güdülenmeyi artırma çabaları yaygın bir şekilde arzu edilen eğitim uygulamaları olarak kabul edilmektedir.

Kahle ve ark., (2004) içinde özgürlük değerinin bulunduğu Rokeach'ın Uç değer'lerinden etkilenerek Değerler Listesi (List of Values) (LOV) adında farklı bir yaklaşım geliştirmişlerdir. Ancak, sadece başarıma duygusu ve özsaygı Rokeach'ın RVS'ne benzerdir. Diğerleri, iki ya da daha fazlası özetlenmiş bir şekilde (aile ve ulus güvenliği yerine güvenlik, hayranlık ve saygı yerine saygı görme gibi) Rokeach'ın değerleriyle birleştirilmiştir (Watkins ve Gnoth, 2005: 225). Kulüp düzeyindeki sporlara katılım ya da etkin rekreatif etkinlikler pozitif sosyal ve psikolojik etkiler göstermektedir. Artan özsaygı, spor katılımının en büyük sonuçlarından biridir. Bu yüzden, spor tüketim sürecinde önemli bir güdüleyici faktör olduğu



şüphesizdir. Sporda özsaygı araştırmalarında, özsaygı kendi değerini değerlendirme olarak tanımlanabilir (Milne ve McDonald, 1999: 21-38 ). Lishner (1997), yüksek özsaygıya ve düşük özsaygıya sahip olan bireyleri Tablo 8’de gösterildiği şekile tanımlamıştır (Amac, 2004: 1-20).

**Tablo 8: Yüksek Özsaygıya ve Düşük Özsaygıya Sahip Olan Bireylerin Tanımlanması**

<b>Yüksek Özsaygı</b>	<b>Düşük Özsaygı</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Girişimci, özgürlükçü, meraklı ve kendine güvendiğini gösteren</li> <li>- Yaptığıyla gösteriş yapmayı/gurur duymayı sever</li> <li>- Diğerlerinin fikirlerine güvenir</li> <li>- Özgür bir şekilde amaçlarına oluşturan</li> <li>- Keşfeder ve sorular sorar</li> <li>- Aktivitelere kendine güvenerek başlar</li> <li>- Değişikliklere ve strese uyum sağlar</li> <li>- Muzipliği ve eleştiriyi idare edebilir</li> <li>- Hayal kırıklığının üstesinden gelebilir</li> <li>- Değişime uygundur</li> <li>- Kendini pozitif terimlerle ifade eder</li> <li>- Neşeli bir ruh haline sahiptir.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Girişimci, özgürlükçü, meraklı ve kendine güvendiğini gösteren</li> <li>- Yaptığı işle gösteriş yapmayı sevmez</li> <li>- Diğerlerinin fikirlerine güvenmez</li> <li>- Keşfetmez</li> <li>- Aktivitelere kendine güvenerek başlamaz</li> <li>- Değişikliklere ve strese zor bir şekilde karşılık verir</li> <li>- Stresle karşılaştığında olgun olmayan bir davranış sergiler</li> <li>- Çekingendir ve geride durmayı sever</li> <li>- Hayal kırıklığı yaşadığında kolayca pes eder</li> <li>- Kazalara uygunsuz reaksiyon gösterir</li> <li>- Kendisini olumsuz terimlerle tanımlar</li> <li>- Depresif bir ruh haline sahiptir</li> </ul>

**Kaynak:** Amac, 2004: 1-20.

Robson (1989) özsaygıyı, kişinin kendi kendisine değer biçmesi, önemi, çekiciliği, ustalığı ve isteklerini tatmin etme yeteneğinden kaynaklanan sonuçları kabullenmesi ve memnuniyeti olarak tanımlamaktadır. Uygulayıcılar, spor ve fiziksel aktivite ilişkisi vasıtasıyla kendilerini pozitif algılayarak, fiziksel yeteneklerini ve becerilerini aktivite esnasında geliştirerek özsaygılarını kuvvetlendirirler. Kanada’nın sosyal gelişim konseyi raporunda (2001) daha yüksek düzeydeki özsaygısıyla ilişkili organize edilmiş spor katılımlarının harcama için önemli olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca raporda, organize edilmiş sporlarda yer alan genç katılımcıların özsaygı düzeyinin katılımcı olmayan gençlere göre daha fazla tatmin düzeyine sahip olduğunu belirlemişlerdir (Government of Canada 1998: 25).

Addeo (1994), sağlıklı özsaygıyı mutluluk, kazanma ve yüksek başarı ile birlikte ilişkilendirmektedir. Fiziksel aktivitenin etkili bir şekilde depresyonu azalttığını ve özsaygıyı

geliştirdiğini ifade etmektedir. Bu yüzden, rafting gibi açık alan ve rekreasyonel aktivitelerin depresyonu azaltabildiği ve özsaygının etkili bir düzeye gelmesine yol açabildiği belirtilmektedir. Sonstroem ve Morgan (1999), yüksek özsaygının, daha fazla fiziksel aktivite ile ilişkinin artmasına ve aynı zamanda benlik saygısının fiziksel aktivitenin bir sonucu olmasına yol açacağını ifade etmiştir. Mullin, Hardy ve Sutton (1993), kişisel görüşteki sporun etkisini anlamada, ürünün izleyici spor ya da katılımcı spor olup olmaması, tüketim güdülerini anlamada kritik özellik olacağını belirtmektedir.

Mullin, Hardy ve Sutton (1993) başarıyı, arzulanan bir sonucu yerine getirme ve açıkça başarıya yönlendirilmiş bir aktivite olarak tanımlamaktadırlar. Başarı güdülenmesinin elzem bir özellik olduğunu ve bu yüzden kişilik gelişiminin önemli bir safhası olarak ifade etmektedirler. Ayrıca, Gracz ve Sankowski (1995), başarı güdülenmesinin fiziksel hazırlık, teknik, taktik ve yaşam stili gibi spor performansını etkileyen diğer faktörleri de etkilediğinin altını çizmektedir. Czajkowski (1995), yüksek bir başarı güdülenmesinin sıklıkla zor durumda ve amacın gerçekçi seviyesine uygun uyarı düzeyi ile gerçekleştiğini ortaya koymuştur.

Covington ve Roberts (1995), başarısızlık korkusunun başarı güdüsü ile birleştirilmediğinde çaba ve performansın bir engeleyicisi olarak tanımlamakta, bunun aksine başarı güdülenme ile birleştirildiğinde çaba ve performansı kolaylaştırıcı etkiye sahip olduğunu ileri sürmektedirler. Psikolojik farklılıklar başarı güdülenmesi açısından performansta çeşitli etkilere sahiptir. Güçlü güdülenmeye sahip bireyler daha büyük içsel güdülenme ve görevden zevk alma özellikleri gösterirken, düşük güdülü bireyler bu özelliklerin tam tersini göstermektedir.

#### **1.1.4. Fiziksel Fitness**

Fiziksel fitness ya da fiziksel bir şekilde fit olarak yaşama isteği, spora katılım ve tüketme için belki de en yaygın sebeplerden biri olduğu söylenebilir. Fiziksel fitness yapısı iyi bir fiziksel kondisyon ve sağlığın ifadesi olarak tanımlanabilir. Adamson ve Wade (1986), spor katılımını güdüleyen öncelikli faktörü fiziksel fitness olarak bulmuşlardır. Jones, Mackay ve Peters (2006), fiziksel fitness özsaygı, yetenek gelişimi, arkadaşlık ile birlikte önemli bir güdüleyici faktör olduğunu ifade etmektedir.

Fiziksel fitness tanımı kavramsal olarak sağlam bir yapıda olmasına rağmen, güçlülük, atiklik, yorgunluk ve eğlence gibi özellikleri ile kolay bir şekilde ölçülemez. Fiziksel fitness katkı yapan unsurlar iki gruba ayrılmıştır. Sağlıkla ilişkili olanlar ve daha uygun atletik beceri ile ilişkili olan unsurlar olarak iki gruba ayrılmıştır. Sağlıkla ilişkili olanlar; kalp dolaşım dayanıklılığı, kassal dayanıklılık, kassal kuvvet, vücut kompozisyonu ve esnekliktir. Bu unsurların düzeyleri birbirine eşit olmayabilir. Örneğin, kas kuvveti yüksek olan bir bireyin esnekliği çok iyi olmayabilir. Sağlıkla ilişkili beş unsur atletik beceriden ziyade halk sağlığı için daha önemlidir (Caspersen, 1985: 129).

### **1.1.5. Stres Atma**

Stres atma, algı tarafından karakterize edilen duygusal bir durum, korku ve psikolojik uyarılmışlık ile birleşen gerginlik anksiyetisini azaltma süreci olarak tanımlanabilir (Leunes ve Nation, 1989: 9). Steptoe, Kimbell ve Basford (1998) egzersizin pozitif ruh durumu ve daha az günlük stres deneyimleri ile ilişkili olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca egzersiz yapılmayan günlerden ziyade egzersiz yapılan günlerde pozitif ruh halinin daha yüksek değerde olduğunu ifade etmektedirler. Araştırmalarında, katılımcıların düşük anksiyete durumunda egzersiz yaptıkları günlerde daha az stresli olduklarını rapor etmişlerdir. Sağlık, fiziksel görünüş ve ruh hali gibi egzersiz güdüleyicilerinin günlük yaşam olaylarında oldukça baskın olduğu; ayrıca, fiziksel egzersize katılan bireylerin stressiz oldukları gün boyunca, potansiyel olarak daha stresli aktiviteler yaşadıkları bildirilmiştir.

Driver ve Tocher (1975) tarafından rahatlama ihtiyacının, boş zaman tercihinin birincil belirleyicisi olarak öne sürülmüştür ve açık alan spor aktivitelerinin stres düzeylerini azaltmada yararlı olduğu ileri sürülmüştür. Buna ek olarak, Berger (1994) yarışma içermeyen, kısa zaman periyodunda gerçekleştirilen orta şiddetli egzersizin katılımcıların stres düzeylerini azaltmada önemli etkiye sahip olduğunu ifade etmektedir (Steptoe, Kimbell ve Basford, 1998: 363-374)

## **1.2. Ölçek İfadelerini Belirleme**

Ölçek geliştirme sürecinde ikinci aşama, boyutları oluşturan ifadeleri belirlemektir (Churchill, 1979: 67-73). Araştırmanın bu kısmında literatür araştırması, gözlem ve odak grup görüşmeleri yapılmıştır. Literatür araştırması sonucunda tespit edilen ekstrem spor tüketiminin beş boyutunu açıklayan ilk ifadeler ortaya çıkarılmıştır. İlk ifadelerin

oluşturulmasında kapsamlı bir literatür araştırması gerçekleştirilmiştir. İfadelerin bir kısmı ilişkili yapıları ölçen araştırmalardan elde edilmiştir.

### **1.2.1. Ekstrem Spor Ortamındaki Bireylerin Gözlemlenmesi**

Araştırmanın gözlem aşamasında, kişisel gözlem yöntemi seçilmiştir. Bu yöntem, mekanik/elektronik veya insan yoluyla gözlemin belirli bir kişi tarafından yapılması durumunda ortaya çıkmakta ve gözlemci olaya müdahalede bulunmadan sadece not almaktadır (Gegez, 2007:56-57). İfade edilen kurallara dikkat edilerek Anadolu Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu'nda bulunan ekstrem sporcular, Esbike bisiklet kulub sporcuları ve 720adrenalinskatepark tesislerindeki ekstrem sporcuların buldukları ortamlarda araştırmacı tarafından gözlem yapılmıştır.

### **1.2.2. Odak Grup Görüşmeleri**

Gözlem yönteminin ardından tez çalışması için ekstrem spor tüketimini gerçekleştiren bireyler ile görüşülmesi hedeflenmiştir. Bu amaç doğrultusunda odak grup görüşmelerinin yapılmasına karar verilmiştir. Araştırmada kullanılan odak grup görüşme yöntemi, bilgi toplamak için kullanılan nitel bir yöntemdir. Odak grup tartışması geleneksel bir diyalog değildir; burada araştırmacı (moderatör), 6-8 kişilik küçük bir grupla bir buçuk ile üç saat arasında veya daha kısa bir süre zarfında, belirli bir odak noktası olan bir konuda mülakat yapmaktadır. Araştırmanın amacına bağlı olarak, bir odak grubu yapılandırılmış veya yapılandırılmamış olabilir. "Odak grubu görüşme yapısının resmi olmayan tartışma atmosferi, konuyu tartışan öznelerin kendi davranış, tutum ve fikirleri hakkında özgürce konuşabilmelerini teşvik etmek için tasarlanmıştır. Bu nedenle, odak grup gençler ve buluğ çağındaki çocukların yanı sıra daha yaşlı yetişkinlerden bilgi toplamak için ideal olduğu belirtilmektedir (Berg 2001:111).

Odak gruba getirilen en önemli eleştirilerin başında bulguların güvenirliğinin ve geçerliğinin düşük olduğu yönündedir. Bunu önlemenin yolu da yöntem çeşitleme (triangulation) yöntemidir. Yani odak gruplar ile elde edilen sonuçları başka nitel yöntemlerle de desteklemek, doğrulamaktır. Bu noktada, bu doğrulama nicel yöntemlerle de yapılabilir. Yani odak gruplardan çıkan sonuçlarla hazırlanacak bir anketin daha geniş bir örnekleme uygulanması olarak açıklanabilir (Malhotra, 2004:179-205).

Odak grup katılımcılarının özenle seçilmesi konusunda, görüşmelere davet edilen katılımcıların konu hakkında bilgi ve deneyime sahip olmasına, katılımcıların belirli bir demografik profili temsil etmesine, homojen katılımcı özelliklerine, sıcak bir ortamın sağlanmasına, teknik araç gerecin kullanımına (ses kayıt cihazı), oturum süresine ve oturum sayılarına dikkat edilmiştir. Görüşmeler, ekstrem sporcuların deneyim, düşünce ve duygularına odaklanmıştır. Odak grup görüşmesi ile ilgili görüşme yapmaya istekli olup Eskişehir ilinde bulunan Esbike spor klubündeki dağ bisikletçileri, Anadolu Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu'nda bulunan kay kay, kar sörfü ve serbest koşu ile ilgilenen öğrenciler ve Anadolu Üniversitesi Yunus Emre Kampüsü içerisindeki dinlenme parkında ekstrem spor yapan, BMX ve agresif paten ile ilgilenen sporcularla görüşmeler yapılmıştır. Toplam 19 ekstrem sporcudan oluşan 3 farklı odak grup görüşmesi yapılmıştır. Odak grup görüşmesine katılan sporcuların demografik özellikleri Tablo 9'da verilmiştir.

**Tablo 9: Odak Grubun Demografik Özellikleri**

GRUPLAR	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumları	Görüşme Süresi
1. Grup	2-K / 4-E	16-27 Yaş	Orta Öğretim/Lisans	64 dk.
2. Grup	3-K / 4-E	16-27 Yaş	Orta Öğretim/Lisans	58 dk
3. Grup	2-K / 4-E	16-27 Yaş	Orta Öğretim/Lisans	66 dk.

Odak grup görüşmelerinde ekstrem sporculara toplam yedi adet soru sorulmuştur. Bu sorular Tablo 10'da gösterilmiştir.

**Tablo 10: Odak Grup Görüşmelerinde Katılımcılara Yöneltilen Sorular**

Soru	Katılımcılara Yöneltilen Sorular
1	Ekstrem spora başlama hikayenizi anlatır mısınız?
2	Ekstrem sporla kendinizi nasıl ilişkilendirir siziz?
3	Ekstrem spor hayatınızda ne gibi değişikliklere sebep oluyor?
4	Ekstrem sporun sosyal hayatınıza katkısı ile ilgili düşünceleriniz nelerdir?
5	Ekstrem sporun size sağladığı fiziksel ve zihinsel yararları nelerdir?
6	Ekstrem spor ve riski nasıl ilişkilendirir siziz?
7	Ekstrem spor ortamında hissettiğiniz duyguları yorumlar mısınız?

Odak grup görüşmelerinde dijital ses kayıt cihazı ile kaydedilen yarı-yapılandırılmış görüşmeler deşifre edilerek yazıya geçirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formatı ve açık uçlu soruların sorulmasının araştırma sorularının cevaplanmasında yardımcı olacağı düşünülmüştür. Ekstrem sporcularla yapılan görüşmelerin deşifre edilmesi ile elde edilen metinlerin analiz edilmesinde nitel veri analizi için kullanılan yöntemlerden biri olan NVIVO 9.0 paket programı kullanılmıştır. Görüşmeler deşifre edilip yazıya döküldükten sonra NVIVO 9.0 paket programı ile analizi sonucu oluşturulan temalar ve kodlar Tablo 10'da gösterilmiştir. Ayrıca, odak grup görüşmelerinin NVIVO 9.0. paket programı ile yapılan analizi sonucunda ortaya çıkan ifade örneklerine ve tema ve kodların birbiriyle olan ilişkilerinin belirlenmesi amacıyla NVIVO 9.0 paket programı ile oluşturulan modele EK-2'de yer verilmiştir.

**Tablo 11: Oluşturulan Temalar ve Kodlar**

<b>TEMALAR</b>	<b>KODLAR</b>	<b>Benzer Araştırmalar</b>
SOSYALEŞME	Aidiyet	Kahle ve ark., 2004; Wann, 1995; Mackay ve Peters 2006; Zaggelidis ve ark. 2004; Park, Ko ve Claussen, 2008.
	Arkadaşlık	Kahle ve ark., 2004; Kahle, Kambara ve Rose ;1996; Wann, 1995; Gill, Gross ve Hudleston 1983.
HEYECAN VE MACERA ARAMA	Heyecan Arama	Kahle ve ark., 2004; Donald ve ark. 2007; Zucherman, 1994; Tholkes 1998;
	Zevk / Haz	Gould, 1985; 126-40; Dilorenzo, 1998; Kendzierski ve Decarlo 1991;
	Risk Alma Arzusu	Donald ve ark. 2007; Ewert (1985), Leunes, Nation, 1996; Zucherman, 1994; Park, Ko ve Claussen, 2008; Mcdonald 2002;
DEĞERLER	Bağımlılık	
	Eğlence	Kahle ve ark., 2004; Wann, 1995; Gill, Gross ve Hudleston 1983; Wankel 1993; Park, Ko ve Claussen, 2008;
	Yaşam Tarzı	Plummer, 1974; Kropp ve ark., 1999; Park, Ko ve Claussen, 2008;
	Özgürlük	Milne ve McDonald 1999; Kahle ve ark., 2004
	Özsaygı	Wann, 1995; Milne ve McDonald 1999; Robson 1989; Park, Ko ve Claussen, 2008;
	Başarma	Kahle ve ark., 2004;. Gill, Gross ve Hudleston 1983; Covington ve Roberts 1995; Czajkowski 1995; Mullin, Hardy ve Sutton 1993; Park, Ko ve Claussen, 2008; Milne ve Mcdonald, 1999; Milne ve Mcdonald, 1999.
	Farklılık arayışı	
FİZİKSEL FİTNESS	Fitness	Farmer 1992; Gill, Gross ve Hudleston 1983; Caspersen, 1985; Jones, Mackay ve Peters 2006; Adamson ve Wade 1986; Park, Ko ve Claussen, 2008; Milne ve Mcdonald, 1999;
STRES ATMA	Kaçış	Wann, 1995; Trail ve James, 2001.
	Stres	Wann, 1995; Steptoe, Kimbell ve Basford 1998; Leunes ve Nation, 1989; Berger 1994; Driver ve Tocher ;1975, Mcdonald 2002;

Gözlem, literatür araştırması ve odak grup görüşmeleri gibi kapsamlı alan çalışmaları sonucunda ortaya çıkarılan ilk ifadeler ait oldukları alt boyutla birlikte Tablo 12’de gösterilmektedir.

**Tablo 12: Ekstrem Spor Tüketim Ölçeğine İlişkin Belirlenen İlk İfadeler ve Alt Boyutlar**

<b>İFADELER</b>	<b>YAZARLAR</b>
<b>Aidiyet</b>	Wann, 1995; Mackay ve Peters 2006; Zaggelidis ve ark. 2004; Park, Ko ve Claussen, 2008.
Ekstrem spor ortamında bir gruba ait olduğumu hissediyorum.	
Yaşayabildiğim yerin ekstrem spor dünyası olduğu hissine kapılıyorum	
Ekstrem spor dünyasına ait bir birey olduğumu düşünüyorum.	
<b>Arkadaşlık</b>	Kahle ve ark., 2004; Kahle, Kambara ve Rose ;1996; Wann, 1995; Gill, Gross ve Hudleston 1983.
Ekstrem spor arkadaşlarımla beraber olmamı sağlıyor.	
Ekstrem spor yapanlar arasında dostluk söz konusudur.	
Yeni insanlar ile tanışma fırsatı verdiği için, ekstrem spor yapmaktan hoşlanıyorum.	
Ekstrem spor ortamındaki arkadaşlarımla iyi vakit geçiriyorum.	
<b>Risk Alma Arzusu</b>	Donald ve ark. 2007; Ewert (1985), Leunes, Nation, 1996; Zucherman, 1994; Park, Ko ve Claussen, 2008; Mcdonald 2002;
Bana zarar verebileceğini bilsem de risk almayı seviyorum.	
Risk ve ekstrem spor ayrılmaz bir ikilidir.	
Ekstrem spora beni çeken şeyin risk olduğunu düşünüyorum.	
Ekstrem sporlara katılmamın tek sebebi risktir.	
<b>Heyecan Arama</b>	Kahle ve ark., 2004; Donald ve ark. 2007; Zucherman, 1994; Tholkes 1998;
Ekstrem spor yaparken duyduğum heyecanı başka hiçbir şeyde bulamıyorum.	
Ekstrem sporun hayatıma heyecan kattığını düşünüyorum.	
Aradığım heyecanı ekstrem sporlarda bulabiliyorum.	
Heyecanlı olan şeyleri yapmayı seviyorum.	
<b>Zevk / Haz</b>	Gould, 1985; 126-40; Dilorenzo, 1998; Kendzierski ve Decarlo 1991;
Ekstrem spor, bana zevk veriyor.	
Ekstrem spor yaparken içimdeki hazzın çok yükseklere ulaştığını hissediyorum	
Ekstrem spor yaparken düşüştüğümde bile zevk alıyorum.	



<b>Bağımlılık</b>	Hausenblas ve Downs, 2002; Hausenblas ve Giacobbi, 2003; Blaydon ve ark. 2000; Adams, 2001; Kagan, 1985; 227-237; De Coverly, 1987; De Coverly, 1987; Morris ve ark., 1990; Zmijewski ve Howard, 2000; Adams ve Kirkby, 2002.
Ekstrem spora beni çeken bir şeylerin olduğunu hissediyorum.	
Ekstrem spordan uzak kaldığımda zaman geçmiyor.	
Ekstrem spor hayatımın önemli bir parçasıdır.	
<b>Eğlence</b>	Kahle ve ark., 2004; Wann, 1995; Gill, Gross ve Hudleston 1983; Wankel 1993; Park, Ko ve Claussen, 2008.
Ekstrem spor sayesinde eğlenebiliyorum	
Ekstrem spor sayesinde daha eğlenceli bir yaşamım olduğunu düşünüyorum.	
Ekstrem spor yaparken arkadaşlarımla oluşturduğum ortam beni eğlendirebiliyor.	
<b>Yaşam Tarzı</b>	Plummer, 1974; Kropp ve ark., 1999; Park, Ko ve Claussen, 2008.
Ekstrem spor hayata bakış açımı etkiliyor.	
Ekstrem spor sayesinde daha düzenli bir hayat yaşıyorum.	
Ekstrem spordaki deneyimlerimi günlük yaşantıma aktarabiliyorum.	
<b>Özgürlük</b>	Milne ve McDonald 1999; Kahle ve ark., 2004.
Ekstrem sporda sadece kendimden sorumluyum.	
Özgürlük ekstrem sporların doğasında mevcuttur.	
Ekstrem spor yaparken yaşadığım duygular bana özgürlüğü hissettiriyor	
<b>Özsaygı</b>	Wann, 1995; Milne ve McDonald 1999; Robson 1989; Park, Ko ve Claussen, 2008.
Ekstrem sporda risk almak özsaygımı geliştirir.	
Ekstrem sporda kazandığım özsaygıyı sosyal hayatıma yansıtabiliyorum.	
Ekstrem spor sayesinde kendi başıma mücadele etmeyi öğrendim.	

<b>Başarma</b>	Kahle ve ark., 2004.; Gill, Gross ve Hudleston 1983; Covington ve Roberts 1995; Czajkowski 1995; Mullin, Hardy ve Sutton 1993; Park, Ko ve Claussen, 2008; Milne ve Mcdonald, 1999; Milne ve Mcdonald, 1999.
Ekstremler spor sayesinde zoru başarabileceğime inanıyorum.	
Ekstremler sporda başarmak bana çok büyük zevk verir.	
Ekstremler sporda başarılı olmak istiyorum.	
Ekstremler sporlar bir şeyleri başarmama yardımcı oluyor.	
<b>Farklılık Arayışı</b>	
Ekstremler sporların diğer sporlardan farklı olduğunu düşünüyorum.	
Ekstremler sporun bana farklılık kattığını düşünüyorum.	
Ekstremler sporun sıra dışılığından hoşlanıyorum.	
<b>Fiziksel Fitness</b>	Farmer 1992; Gill, Gross ve Hudleston 1983; Caspersen, 1985; Jones, Mackay ve Peters 2006; Adamson ve Wade 1986; Park, Ko ve Claussen, 2008; Milne ve Mcdonald, 1999.
Ekstremler spor sayesinde vücudumun hakkını verebildiğimi düşünüyorum.	
Ekstremler spor sayesinde vücudumun sınırlarını anlayabiliyorum.	
Ekstremler spor sayesinde fiziksel durumumun daha iyi olduğunu düşünüyorum.	
Ekstremler spor sayesinde daha sağlıklı yaşayabiliyorum.	
<b>Kaçış</b>	Wann, 1995; Trail ve James, 2001.
Bir sorun yaşadığımda sığınabileceğim en iyi liman ekstremler sporlarıdır.	
Ekstremler spor yaparken tek amacım o anı iyi geçirmektir.	
Ekstremler spor sayesinde stresli ortamlardan uzak durabiliyorum.	
<b>Stres Atma</b>	Wann, 1995; Steptoe, Kimbell ve Basford 1998; Leunes ve Nation, 1989; Berger 1994; Driver ve Tochter ;1975, Mcdonald 2002.
Ekstremler spor stresimi atmama yardımcı oluyor.	
Ekstremler spor yaptıktan sonra zihinsel rahatlık yaşıyorum.	
Antrenmandan sonraki yorgunluk bana huzur veriyor.	
Yöğün yaşam stresinden uzaklaşmanın en iyi yolu ekstremler spordur.	

### **1.3. Pilot Çalışma Verilerinin Toplanması**

Araştırmanın pilot çalışmasında veriler 720adrenalinskatepark (İstanbul) tesislerinde yapılan kay kay ve agresif paten yarışmasına katılan bireylerden, Anadolu Üniversitesi ana kampüsünde bulunan dinlenme parkındaki kay kay, agresif paten, BMX ekstrem sporcularından, Eskişehir Valiliği önündeki heykel parkında bulunan kay kay, agresif paten ve BMX ekstrem sporcularından, Anadolu Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulunda bulunan parkur/serbest koşu, kay kay, agresif paten, kar sörfü ekstrem sporcularından ve esbika bisiklet klübündeki dağ bisikletçilerinden elde edilmiştir. Elde edilen ön pilot anket formlarının toplamı 105 adettir.

### **1.4. Ölçek Sadeleştirme**

Ölçek sadeleştirme aşamasında literatür araştırması sonucunda tespit edilen ekstrem spor tüketimini açıklayan ilk ifadelerden oluşan ölçeğin sadeleştirilmesi ve ölçeğin kapsam geçerliğinin belirlenmesini içermektedir. Bu bağlamda ölçeğin Cronbach Alpha Katsayısı (Cronbach 1951; 297-334; Nunnally ve Bernstein 1994: 32-34) değerleri belirlenmiş ve Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılarak veri azaltma yoluna gidilmiştir. Yapılan analiz sonucunda ön pilot anketinin ölçek ifadelerinin güvenilirliği 0,957 olarak bulunmuştur. Her bir faktör bazında değerlendirildiğinde ise değerler (0,944), sosyalleşme (0,883), heyecan ve macera arama (0,867), stres atma (0,760) ve fiziksel fitness (0,739) olarak saptanmıştır. Yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucu beş faktör elde edilmiştir. Her bir ifadenin faktör yükleri ve faktörlerin açıklanan varyansı Tablo 13'de gösterilmektedir.

**Tablo 13: Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları (AFA)**

İFADELER	F 1	F2	F 3	F 4	F 5
<b>Değerler</b>					
Ekstrem spor sayesinde eğlenebiliyorum	,749				
Ekstrem spor sayesinde daha eğlenceli bir yaşamım olduğunu düşünüyorum	,892				
Ekstrem spor yaparken arkadaşlarımla oluşturduğum ortam beni eğlendiriyor	,864				
Özgürlük ekstrem sporların doğasında mevcuttur	,804				
Ekstrem sporda sadece kendimden sorumluyum	,786				
Ekstrem spor yaparken yaşadığım duygular bana özgürlüğü hissettiriyor	,749				
Ekstrem spor özsaygımı geliştiriyor	,679				
Ekstrem sporda kazandığım özsaygı sosyal hayatıma yansıtabiliyorum	,625				
Ekstrem spor sayesinde kendi başıma mücadele etmeyi öğrenebiliyorum	,600				
Ekstrem sporların diğer sporlardan farklı olduğunu düşünüyorum	,642				
Ekstrem sporun bana farklılık kattığını düşünüyorum	,638				
Ekstrem spor kendimi sıra dışı hissettiriyor	,568				
<b>Sosyalleşme</b>					
Ekstrem spor ortamında bir gruba ait olduğumu hissediyorum		,813			
Ekstrem spor dünyasında yaşayabildiğimi hissediyorum		,743			
Ekstrem spor dünyasına ait bir birey olduğumu düşünüyorum		,616			
Ekstrem spor arkadaşlarımla beraber olmamı sağlıyor		,804			
Ekstrem spor yapanlar arasında dostluk söz konusudur		,570			
Ekstrem spor yeni insanlar ile tanışma fırsatı veriyor		,554			
Ekstrem spor ortamındaki arkadaşlarımla iyi vakit geçiriyorum		,574			
<b>Heyecan ve Macera Arama</b>					
Risk ve ekstrem spor ayrılmaz bir ikilidir			,849		
Ekstrem sporun bana zarar verebileceğini bilsem de risk almayı seviyorum			,821		
Ekstrem spora beni çeken özelliklerinden birinin risk olduğunu düşünüyorum			,558		
Ekstrem sporda riskli olan hareketleri daha çok seviyorum			,616		
Heyecan ekstrem sporların ayrılmaz bir parçasıdır			,539		
Ekstrem sporun hayatıma heyecan kattığını düşünüyorum			,533		
Ekstrem spor yaparken duyduğum heyecan inanılmaz			,515		
<b>Stres Atma</b>					
Ekstrem spor stresimi atmama yardımcı oluyor				,673	
Ekstrem spor sonrası zihinsel rahatlık yaşıyorum				,657	
Antrenmandan sonraki yorgunluk bana huzur veriyor				,652	
Yoğun yaşam stresinden uzaklaşmanın en iyi yolu ekstrem spordur				,688	
<b>Fiziksel Fitness</b>					
Ekstrem spor tüm vücut kapasitemi kullanmamı sağlıyor					,644
Ekstrem spor sayesinde vücudumun sınırlarını anlayabiliyorum					,622
Ekstrem spor sayesinde fiziksel durumumun daha iyi olduğunu düşünüyorum					,621
Ekstrem spor sayesinde daha sağlıklı yaşayabiliyorum					,585
<b>KMO: ,657</b>					
<b>Açıklanan varyans %</b>	<b>44,510</b>	<b>9,877</b>	<b>7,499</b>	<b>5,938</b>	<b>3,903</b>
<b>Cronbach Alpha</b>	<b>,944</b>	<b>,883</b>	<b>,867</b>	<b>,760</b>	<b>,739</b>

Ölçeğin boyutlarını temsil eden ifadelerden emin olmak için beden eğitimi ve spor alanında uzman öğretim elemanlarından, ikinci aşamada belirlenen ölçek ifadelerini değerlendirmeleri istenilmiştir. Öğretim elemanları genellikle, bir ölçeğin boyutlarının uzmanı ya da hakemi olarak nitelendirilebilir (Arnold ve Reynolds, 2003: 77-95). Bu aşamada öğretim elemanlarından ekstrem spor güdülerinin boyutlarını temsil ettiği düşünülen her bir

ifadeyi değerlendirmelerini ve ifadeleri oluşturan kelimelerin açıklığını, ifadelerin uzunluğunu ve biçimini kontrol etmeleri istenilmiştir. Her iki süreç sonucunda tam olarak anlaşılamayan ifadeler değiştirilmiş, bazı ifadeler kısaltılmış, tekrarlandığı dşnlen bazı ifadeler ölçekten çıkarılmıştır. Ölçekten ıkarılan ifadeler aşağıda belirtilmiştir.

- Ekstrem spor sayesinde zoru başarabileceğime inanıyorum.
- Ekstrem sporda başarmak bana çok büyük zevk verir.
- Ekstrem sporda başarılı olmak istiyorum.
- Ekstrem sporlar bir şeyleri başarmama yardımcı oluyor.
- Bir sorun yaşadığımda sığınabileceğim en iyi liman ekstrem sporlardır.
- Ekstrem spor yaparken tek amacım o anı iyi geçirmektir.
- Ekstrem spor sayesinde stresli ortamlardan uzak durabiliyorum.
- Ekstrem spora beni çeken bir şeylerin olduğunu hissediyorum.
- Ekstrem spordan uzak kaldığımda zaman geçmiyor.
- Ekstrem spor hayatımın önemli bir parçasıdır.
- Ekstrem spor, bana zevk veriyor.
- Ekstrem spor yaparken içimdeki hazzın çok yükseklere ulaştığını hissediyorum
- Ekstrem spor yaparken düştüğümde bile zevk alıyorum.
- Ekstrem spor hayata bakış aımı etkiliyor.
- Ekstrem spor sayesinde daha düzenli bir hayat yaşıyorum.
- Ekstrem spordaki deneyimlerimi günlük yaşantıma aktarabiliyorum.
- Heyecanlı olan şeyleri yapmayı seviyorum.

Tablo 14'de yüzey geçerliği açısından uygun hale getirilen ekstrem spor tüketim ölçeği verilmiştir.

**Tablo 14: Ekstrem Spor Katılım Ölçeği**

<b>SOSYALLEŞME</b>
Ekstrem spor ortamında bir gruba ait olduğumu hissediyorum
Ekstrem spor dünyasında yaşayabildiğimi hissediyorum
Ekstrem spor dünyasına ait bir birey olduğumu düşünüyorum
Ekstrem spor arkadaşlarımla beraber olmamı sağlıyor
Ekstrem spor yapanlar arasında dostluk söz konusudur
Ekstrem spor yeni insanlar ile tanışma fırsatı veriyor
Ekstrem spor ortamındaki arkadaşlarımla iyi vakit geçiriyorum
<b>HEYECAN VE MACERA ARAMA</b>
Risk ve ekstrem spor ayrılmaz bir ikilidir
Ekstrem sporun bana zarar verebileceğini bilsem de risk almayı seviyorum
Ekstrem spora beni çeken özelliklerinden birinin risk olduğunu düşünüyorum
Ekstrem sporda riskli olan hareketleri daha çok seviyorum
Heyecan ekstrem sporların ayrılmaz bir parçasıdır
Ekstrem sporun hayatıma heyecan kattığını düşünüyorum
Ekstrem spor yaparken duyduğum heyecan inanılmaz
<b>DEĞERLER</b>
Özgürlük ekstrem sporların doğasında mevcuttur
Ekstrem sporda sadece kendimden sorumluyum
Ekstrem spor yaparken yaşadığım duygular bana özgürlüğü hissettiriyor
Ekstrem spor özsaygımı geliştiriyor
Ekstrem sporda kazandığım özsaygı sosyal hayatıma yansıtabiliyorum
Ekstrem spor sayesinde kendi başıma mücadele etmeyi öğrenebiliyorum
Ekstrem spor sayesinde eğlenabiliyorum
Ekstrem spor sayesinde daha eğlenceli bir yaşamım olduğunu düşünüyorum
Ekstrem spor yaparken arkadaşlarımla oluşturduğum ortam beni eğlendirebilir
Ekstrem sporların diğer sporlardan farklı olduğunu düşünüyorum
Ekstrem sporun bana farklılık kattığını düşünüyorum
Ekstrem spor sıra dışı olduğumu hissettiriyor
<b>STRES ATMA</b>
Ekstrem spor stresimi atmama yardımcı oluyor
Ekstrem spor sonrası zihinsel rahatlık yaşıyorum
Antrenmandan sonraki yorgunluk bana huzur veriyor
Yoğun yaşam stresinden uzaklaşmanın en iyi yollarından biri ekstrem spordur
<b>FİZİKSEL FİTNES</b>
Ekstrem spor tüm vücut kapasitemi kullanmamı sağlıyor
Ekstrem spor sayesinde vücudumun sınırlarını anlayabiliyorum
Ekstrem spor sayesinde fiziksel durumumun daha iyi olduğunu düşünüyorum
Ekstrem spor sayesinde daha sağlıklı yaşayabiliyorum

Ekstrem sporu güdüleyen faktörlere ilişkin ölçek verildikten sonra üçüncü bölüme ilişkin literatürden yararlanılarak modelin diğer değişkenlerinin ifadeleri hazırlanmıştır. Bu bağlamda Algılanan Değer, Algılanan Tatmin ve Davranışsal Niyetler'e ilişkin ifadeler Tablo 15' de verilmiştir.

**Tablo 15: Ekstrem Spor Tüketim Davranışı Ölçeği**

<b>ALGILANAN DEĞER</b>
Ekstrem spor, onu yapmak konusunda içimde istek uyandırıyor
Ekstrem spor iyi hissetmemi sağlıyor
Ekstrem spor bana mutluluk veriyor
<b>ALGILANAN TATMİN</b>
Ekstrem spor deneyimini yaşadığım ortam bekletilerimi tamamen yerine getiriyor.
Her şeyi dikkate aldığımda, bu deneyim beni oldukça memnun ediyor.
En iyi yaptığım şeylerden biri ekstrem spordur.
Ekstrem spor kendimle gurur duymamı sağlıyor.
<b>DAVRANIŞSAL NİYETLER</b>
Ekstrem spor malzemem eskidiğinde aynı markadan almayı tercih ederim.
Aldığım ekstrem spor ürününü başkalarına da tavsiye ediyorum.
Aldığım ekstrem spor ürünün ücreti artsa da aynı marka almayı tercih ederim.
Eş, dost ve akrabalarım aldığım ürün hakkında olumlu şeyler söylüyorum.
Başka marka ürünleri tercih edebilirim.
Başka markaların ürünlerini de takip ediyorum.

## BEŞİNCİ BÖLÜM

### ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

#### 1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Spor çoğu birey için sıklıkla yapılan değerli bir boş zaman aktivitesidir. Çoğu yetişkinin spora olan ilgisi taraftarlık ve özellikle de medyada spor izleyiciliği düzeyinde bulunmaktadır. Ancak spor katılımı, uygulayıcılarına birçok doyum özellikleri sunmaktadır. Örneğin, sporun boş zaman aktivitelerinden biri olması, uygulayıcılarına tatmin, ustalık, uzmanlık, başarı ve rekabet duygularını yaşatma gibi yararları sayılabilir. (Kimball ve Freysinger, 2003: 116). Spor katılımcılarının ağırlıklı olarak yeteneklerini öğrenme isteği, fiziksel olarak aktif olma, eğlenme ve aktiviteden zevk alma gibi özellikler içsel güdülenme ile yakından ilişkiliyken kazanma, ödül ve tanınma gibi özellikler de dışsal güdülenme ile ilişkilidir. (Beaudoin, 2004: 202). Bireylerin sportif aktiviteye katılımı ve tüketimi için güdülerini anlamak, bireylerin spor ve fiziksel aktivitelere katılımdaki karar sürecine ışık tutmaktadır (Morgantown, 2001). Bu yüzden, bu güdülerini belirlemek bireylerin fiziksel aktiviteye katılımını korumada, teşvik etmede ve planlamada yardımcı olmaktadır (Ashford, Biddle ve Goudas, 1993).

Ekstrem spor güdülenmesini geleneksel spor güdülenmesinden ayıran en önemli özellik risk alma davranışdır. Risk alma davranışının psikolojik belirleyicileriyle ilgili yapılan çoğu araştırmalar, bireylerin ekstrem spor aktivitelerine katılımda pozitif ya da negatif eğilimli olmaları bireysel olarak sahip oldukları tüm özellikler olduğu varsayılmıştır (Kahle, ve ark., 2004: 89). Ekstrem sporlarda katılımcılar tarafından risk alma vurgulanmaktadır ve bu branşlar çoğunlukla bireysel sporlardan oluşmaktadır. Katılımcılar yüksek düzeydeki uyarılma, adrenalin, saldırganlık, heyecan, mücadele, benzersizlik, psikolojik durum, fiziksel/manevi rahatlık ve başarıma gibi özelliklerden güdülenmektedir (McDonald ve ark. 2002).

Tez çalışmasının konusu: ekstrem sporların var olan dünya literatüründeki yerini ve önemini belirlemek. Ekstrem spor güdülenme faktörlerinin neler olduğunu incelemek ve Türkiye'deki ekstrem spor katılımcılarının spor tüketim güdülerini tespit etmektir. Bunun



yanı sıra, Ekstrem spor tüketim güdülerinin, ekstrem spor tüketicilerinin algıladıkları değere, algıladıkları tatmine ve davranışsal niyetlerine olan etkisini belirlemektir.

## 2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Günümüz Türkiye'sinde ekstrem sporların toplum içerisinde yaygınlaşmasının ve farkındalık düzeyinin oldukça düşük olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra, spora olan katılım ve faydalarından yararlanılması konusunda ise, ülkemizdeki bireylerin gerektiği düzeyde ekstrem sporlara katılım sağlamadığı ve yararlanmadığı ifade edilebilir. Bu duruma paralel olarak ülkemizde var olan spor literatürü incelendiğinde ekstrem sporlarla ilgili yeterli kaynak ve bilgiye ulaşılamamaktadır. Oysa ki, ekstrem sporların bireye olan yararları ve spor endüstrisine olan katkısı oldukça yüksek olduğu ifade edilmektedir. Yurt dışındaki ülkelerde ekstrem sporlarla ilgili pek çok etkinlik ve yarışmalar düzenlenmektedir. Ayrıca ekstrem sporlara ait özel tv kanalları dahi mevcuttur.

Ekstrem sporlara katılım sağlanması ve yararlanılması konusunda ABD'de yapılan ekstrem sporlardan biri olan inline skating branşı örnek verilebilir. ABD'de inline skating boş zaman ve ulaşım aracı olarak oldukça yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. 1992'den beri inline skating kullanıcılarında %300 artış sağlandığı belirtilmektedir. Araştırmalara göre 1996'da yaklaşık olarak 28.9 milyon inline skating kullanıcısı olduğu ve %35'inin ulaşım amaçlı kullandığı belirtilmiştir (http7). Küresel spor pazarına bakıldığında, ekstrem spor segmentinin sınırları açıkça belirlenemediği için boyutları tam olarak ölçülememektedir. Ancak, tahmini olarak tüm macera seyahatleri pazarının yaklaşık %5'ini oluşturduğu belirtilmektedir. Bu oran yaklaşık olarak yılda 500.000 seyahate denktir. Bazı tur operatörleri 2000 yılından beri bu pazar segmentinin %20 oranında artış gösterdiğini rapor etmişlerdir (http13). Araştırma sonuçlarında görüldüğü gibi ekstrem sporların dünya spor endüstrisinde oldukça yaygınlaştığı ve geliştiği söylenebilir. Türk spor endüstrisi ekstrem sporların dünya spor endüstrisindeki önlenemez gelişimi karşısında duyarsız kalmamalı ve uyum sağlamalıdır.

Gerçekleştirilen bu araştırmanın önemli özelliklerinden biri; Türkiye'de uygulama alanları olan ekstrem spor bölgelerini (il/ilçe) ortaya çıkararak Türk spor literatürüne katkı sağlamaktır. Ayrıca Türkiye'de ekstrem sporlarla ilgili çalışmaların oldukça sınırlı olması bu araştırmayı önemli kılmakta ve bu çalışmanın kuramsal ve uygulamalı olarak önemli olacağı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra, Türkçe literatürde psikoloji konularından biri olan

güdülenme ile ilgili ekstrem sporlar üzerinde yapılmış yeterli kaynağa ulaşılammış ve bu açığın giderilmesi konusunda gerçekleştirilen çalışmanın öncü niteliğinde olacağı düşünülmektedir. Son olarak ekstrem spor tüketim güdülerinin algılanan değer, algılanan tatmin ve davranışsal niyetler üzerine etkilerini belirleyerek ekstrem spor tüketim boyutlarını anlamak ve ortaya çıkarmak araştırma kapsamında önem kazanmaktadır.

Ekstrem sporların, ülkemizdeki bireylerin spora katılımını ve tüketimini sağlamada önemli bir araç olarak kullanılması konusunda bu çalışmada ortaya konulan veriler ülkemiz açısından bir ilki temsil etmektedir. Yapılan bu çalışmada ortaya konulacak veriler, ekstrem sporlar üzerinde yapılacak diğer araştırmalara da bir başlangıç teşkil edeceği düşünülmektedir. Bu bakımdan araştırmanın; Türkiye’de ekstrem sporlar ile ilgili araştırma yapmak isteyenlerin fikir edinebilmesinde kılavuz özelliğine sahip olduğu söylenebilir.

### **3. ARAŞTIRMANIN KISITLARI**

Araştırmanın kısıtları şunlardır:

- Araştırma 01 Eylül 2010 ve 01 Kasım 2010 tarihleri arasında yapılmıştır.
- Araştırma sadece ekstrem spor katılımcıları ile kısıtlıdır.
- Araştırma, Eskişehir, Ankara, İstanbul, Kocaeli, İzmir, Adana, Muğla/Marmaris-Fethiye-Bodrum, Antalya/Alanya-Kemer, İzmir/Alaçatı-Çeşme, Sakarya/Adapazarı, il ve ilçelerinde belirlenmiş olan ekstrem spor tesislerindeki ekstrem spor katılımcıları ile kısıtlıdır.
- Araştırma, aşağıda belirtilen ekstrem spor branşları ve bu branşların katılımcıları ile kısıtlıdır.

Hava Sporları: Serbest Atlayış, elastik İp Atlayışı, Delta/Yelken Kanat, Gökyüzü Dalışı, Yamaç Paraşütü.

Kara Sporları: Kaya Tırmanışı, Agresif Paten, Dağ Bisikleti, Kay Kay, Kar Sörfü, Parkur/Serbest Koşu.

Su Sporları: Su kayağı, Rüzgar Sörfü, Serbest Dalış, Uçurtma Sörfü, Su Sörfü, ekstrem spor katılımcıları ile sınırlıdır.

#### 4. ARAŞTIRMANIN AMACI

Küreselleşen dünyada teknolojik gelişmeler sayesinde insanoğlu sürekli bir değişim sürecinden geçmektedir. Bu değişim doğal olarak sporu ve spor endüstrisini de etkilemektedir. Günümüz dünyasında oluşturulan ve arzulanan farklı yaşam stilleri sporun da farklı türlerini yani ekstrem sporları ortaya çıkarmıştır. Popülerliği hızla artan ekstrem sporların tüm dünyada yaygınlaşması ve ülkemizde de aynı ilgiyi görmesi muhtemeldir.

Spor evrensel bir aktivitedir. Tüm dünyada insanoğlu bir spor branşından diğerine katılım ve tüketim sağlamaktadır. Bazı sporlar bazı ülkelere özeldir, bu durumun sebebi ise o ülkenin coğrafik, iklimsel ve kültürel çeşitliliğinden dolayıdır. Spor alanında ülke özelliklerini dikkate alan çalışmalara ağırlık vermenin önemi gün geçtikçe artmaktadır. Kanada’da yapılan bir araştırmada, spora katılım konusunda faktörlerin bir kombinasyonu ortaya çıkarılmıştır. Yaşlanan popülasyon bu faktörlerin belki de en baskınıdır. Zaman baskısı, aile sorumluluğu, çocuk yetiştirme, kariyer, ilgi ve katılımın azalması ise ikinci faktör grubunu oluşturmaktadır. Bir diğeri ise boş zaman aktiviteleri, cinsiyet, ev yaşamı, eğitim bursu ve spor katılımından gelir elde etmektir. Spora aktif katılım yaşlanan popülasyon için sürekli olarak azalmaktadır (Ifedi, 2005: 16). Dolayısıyla bireylerin genç yaşta spora katılımlarını sağlamak, spor yapmanın alışkanlık haline dönüşmesinde önemli rol oynamaktadır. Ülkemiz gençliğinin spora yönlendirilmesi ve ilgilerinin çekilmesi konusunda dünyada gittikçe gelişen, çeşitlenen ve “Y” (genç kuşak) jenerasyonunun ilgisini çeken ekstrem sporların önemi dikkate alınmalıdır. Gençlerin oluşturdukları bu ilginin temel sebeplerinin neler olduğunun ortaya konulmasında ise spor tüketimini sağlayan spor tüketim güdülerinden yararlanılması önem arz etmektedir.

Tez çalışmasındaki araştırmanın amacı: ekstrem sporların tüketimi ile ilgili Türkçe literatür eksikliğine cevap vermektir. Türkiye’de ekstrem spor yapan kitlenin güdülenme faktörlerinin neler olduğunu belirlemektir. Alınan sonuçlar doğrultusunda ekstrem sporlara yönelmeyi tetikleyen tüketim faktörlerini ortaya koymaktır. Türk ekstrem spor tüketicilerinin spor tüketim güdülerinin algıladıkları değere, algıladıkları tatmine ve davranışsal niyetlere etkilerini belirlemek bu tez çalışmasının amaçlarını belirlemiştir.

#### 4.1. Araştırmanın Problemi

İnsanoğlunun spor yapmaya yönlendirilmesi bireyin güdülenmesiyle yakından ilişkilidir. Bu konuda oldukça fazla araştırmalar yapılmış, güdülenmenin niteliğini açıklamaya çalışan birçok kuram geliştirilmiştir (Koçel, 2001: 527). Bu kuramlara bağlı olarak insanları güdülenmenin teknikleri ortaya konulmuştur. Bu araştırmalar sonucunda da insanların spor yapmasına yönelik güdülerini artırıcı birçok faktör ortaya çıkarılmıştır. Örneğin, Ewert, (1985), ekstrem spor katılımcıları üzerinde yaptığı çalışmasında, 460 dağcıya çalışma örneği uygulamış, dağcılar için en önemli güdülenme faktörlerinin aktivitenin mücadelesi-risk, fiziksel performans ve yüksek konsantrasyon olduğunu tespit etmiştir. Amerika ve Avrupa’da spora yönlendirme ve spor yapma konusunda birçok araştırma ve etkinlik düzenlenmektedir. Spora yönlendirme ve spor yapma konusunda harcanan bu çabalar halk sağlığını geliştirmede, mutlu bireylerden oluşmuş bir toplum yaratmada ve sağlıklı bir toplum geleceğini tesis etmede atılması gereken en büyük adımlardır (Ifedi, 2005: 16).

Türkiye’de ise durumun farklı olduğu söylenebilir. Çünkü, takım sporlarına olan yoğun ilgi spor araştırmalarının ve etkinliklerinin çeşitliliğini kısıtlamaktadır. Bu kısıtlılık içerisinde, dünya spor endüstrisinde oluşan değişime ülke olarak uzak kalınmakta ve uyum sağlanamamaktadır. Türkiye’de ekstrem sporların farkındalığındaki, yaygınlığındaki ve uygulanmasındaki eksiklik bu alanda araştırma yapılmasını zorunlu hale getirmektedir. Bu bağlamda, spor katılımını sağlayan ana unsurlardan birinin sporda güdülenme olgusu olduğu şüphesizdir. Spor tüketim güdülerinin spor tüketicisinin algıladığı değere, algıladığı tatmine ve davranışsal niyetlerine etkilerini araştırmak önem kazanmaktadır. Araştırma Türkiye’de ekstrem spor yapanları demografik özellikleri, kişisel özellikleri, bu spora ilişkin düşünceleri, ekstrem spora yönelik güdüleyici etmenleri, ekstrem spor yapma sıklıkları, ekstrem spor ile ilgili deneyimleri vb. konuların bir çerçevesinin oluşturulması amacıyla ortaya konan genel problem (Akın, 2008: 35-37):

Türkiye’deki ekstrem sporcuların spor tüketim davranışını etkileyen güdülerin neler olduğu ve spor tüketim güdülerinin algıladıkları değere, algıladıkları tatmine ve davranışsal niyetlerine etkisi nasıl tanımlanabilir? Bu genel probleme bağlı olarak çözümlenmek istenen alt problemler ise şunlardır;

1. Türk ekstrem sporcularının demografik özellikleri nelerdir?

- a) Türk ekstrem sporcular kaç yıldan beri ekstrem spor ile ilgileniyor?
- b) Türk ekstrem sporcuların yarışmaya ilişkin deneyimleri nelerdir?
- c) Türk ekstrem sporcuların ekstrem spora katılımında cinsiyet farklılıkları nelerdir?
- d) Türk ekstrem sporcularının yaş farklılıkları nelerdir?
- e) Türk ekstrem sporcuların gelir düzeyleri nedir?
- f) Türk ekstrem sporcuların eğitim düzeyleri nedir?
- g) Türk ekstrem sporcuların meslekleri nedir?
- h) Türk ekstrem sporcuların, ekstrem spor ile ilgili aylık harcama miktarı nedir?

2. Türk ekstrem sporcularının kişisel özellikleri nelerdir?

- a) Türk ekstrem sporcularının spor yapma sıklıkları nedir?
- b) Türk ekstrem sporcularının spor yaptığı alanları kullanım sıklığı nedir?
- c) Türk ekstrem sporcularının ekstrem spor branşı nedir?
- d) Türk ekstrem sporcuları kaç yıldır ekstrem spor yapmaktadır?
- e) Türk ekstrem sporcularının ekstrem spora katılım statüsü nedir?
- f) Türk ekstrem sporcuları haftada kaç gün ekstrem spor yapmaktadır?
- g) Türk ekstrem sporcuları günde kaç saat ekstrem spor yapmaktadır.
- h) Türk ekstrem sporcularının ulusal resmi turnuvaya katıldı mı?
- i) Türk ekstrem sporcularının uluslararası resmi turnuvaya katıldı mı?
- j) Türk ekstrem sporcularının özel ulusal turnuvaya/ katıldı mı?
- k) Türk ekstrem sporcularının özel uluslararası turnuvaya katıldı mı?
- l) Türk ekstrem sporcularının antrenörü var mı?
- m) Türk ekstrem sporcuları geleneksel sporları yapıyor mu?
- n) Türk ekstrem sporcuları ekstrem sporları en çok hangi kitle iletişim aracından takip ediyor?
- o) Türk ekstrem sporcularının internette site üyeliği var mı?
- p) Türk ekstrem sporcularının sponsoru var mı?
- q) Türk ekstrem sporcularının ekstrem spora özgü aylık harcama miktarı nedir?

3. Türk ekstrem sporcularının spor tüketimini etkileyen spor tüketim güdülerini nelerdir?

- a) Sosyalleşme faktörü Türk ekstrem sporcularının spor tüketimini etkiler mi?
- b) Heyecan faktörü Türk ekstrem sporcularının spor tüketimini etkiler mi?
- c) Değerler ve faktörü Türk ekstrem sporcularının spor tüketimini etkiler mi?
- d) Fiziksel fitness faktörü Türk ekstrem sporcularının spor tüketimini etkiler mi?
- e) Stres atma faktörü Türk ekstrem sporcularının spor tüketimini etkiler mi?

4. Türk ekstrem sporcularının tüketim davranışlarını etkileyen etmenler nelerdir?

#### 4.2. Araştırma Hipotezleri

Araştırmanın Hipotezleri: araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen hipotezlerle ekstrem spor tüketiminde etkili olan unsurlar arasındaki ilişkiler ölçülmektedir. Bu kapsamda 12 adet hipotez geliştirilmiştir. Belirlenen yapısal modeli oluşturan gözlenen ve gizil değişkenler arasındaki ilişkiler belirlenen hipotezler sayesinde test edilecektir. Araştırmada ortaya çıkan hipotezler şu şekildedir:

H<sub>1</sub>: Değerler ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan değer arasında doğrudan bir ilişki vardır.

Ekstrem spor katılımını sağlayan faktörlerden birincisi, değerler değişkenidir. Bu değişkenin alt boyutlarını ise özgürlük, özsaygı, eğlence ve farklılık arayışı oluşturmaktadır. Günümüze kadar araştırmacılar tarafından 100'ün üzerinde insanların spora katılma nedenleri ile ilgili faktörler incelenmiştir. Bu incelemeler sonucunda bireylerin değerleriyle ilgili birçok güdü ortaya koyulmuştur. Genç sporcular arasında yapılan önceki güdülenme çalışmalarında eğlence, yetenek, mücadele ve fitness gibi özellikler güdüleyici faktörlerin en önemlileri olarak ortaya konulmuştur (Gill ark., 1983; Gould ark., 1985; Koivula, 1999; Wankel, 1993: 151-169; Park, Ko ve Claussen 2008: 111-124). Carman (1978), tüketici davranışını belirleyicisi olarak değerleri içeren bir model geliştirmiştir. Modelinde değerlerin, bireylerin yaşam biçimlerini (ilgiler, aktivite zaman kullanımı ve roller) doğrudan etkilediğini ortaya koymuştur. Bu değerlerin bireylerin tüketim, alışveriş ve medya davranış örneklerinin önemli

belirleyicisi olabileceğini ileri sürmektedir. Aktivite ve ilgiler için Jackson (1974), bireylerin boş zaman, iş ve alternatif boş zaman etkinlikleri arasındaki seçimin yönlendirilmesinde değerlerin etkili olduğunu belirtmiştir (Sharon ve ark., 1985: 181-200).

H<sub>2</sub>: Heyecan ve Macera Arama ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan değer arasında doğrudan bir ilişki vardır.

Ekstrem spor katılımını sağlayan faktörlerden ikincisi, heyecan ve macera arama değişkenidir. Literatürde görülebileceği gibi heyecan ve macera aramanın alt boyutları olan heyecan arama, zevk/haz ve risk alma arzusu ekstrem sporların karakteristik özelliğini oldukça iyi yansıtmaktadır. “Reversal Teori”de var olan metagüdüleyici iki durumdan biri olan paratelik baskınlık bireylerin riskli aktiviteye neden katıldığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, ekstrem spor tüketimiyle ilgi heyecan ve macera uğruna verilen bireysel değer, tüketim davranışının temel nedenlerinden olan tüketici değer algılamasını etkileyen boyutlarından biri olarak ifade edilebilir. Tüketici davranışının nedenlerinden biri olan tüketici değer algılaması, spor pazarlaması literatüründe deneyime bağlı olan duygusal değer algılaması ile yakından ilişkilendirilmektedir. Çünkü, duygusal değer algılamasında zevke dayalı hedonik tüketim oldukça baskın bir rol üstlenmektedir. Arnould ve Price (1993)’ın rafting sporu ile ilgili yaptığı çalışma ve Celsi ve ark. (1993)’nın skydiving ile ilgili yaptığı araştırmalar deneysel bir bakış açısıyla ekstrem sporları tartışmaktadır. Bu çalışmalar ekstrem spor tüketiminde hedonik görüşün yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

H<sub>3</sub>: Sosyalleşme ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan değer arasında doğrudan bir ilişki vardır.

Ekstrem spor katılımını sağlayan faktörlerden üçüncüsü, sosyalleşme değişkenidir. Spordaki tatmin, yeterlilik ve sosyal onayın amaçlarını pozitif olarak teşvik eden sosyal çevrenin algısına karşılık gelmektedir. Var olan literatür ve meta-analizler sporcuların spor tatmininde yeterlilik-yönlendirilmiş şartların (sosyal onaylanma ve yeterlilik) pozitif etkisini desteklemektedir (Duda, 2001: 129-182; Ntoumanis ve Biddle, 1999: 315-332). Gençler bu ilişkilere girerek zekasıyla, sportif ve sanatsal yetenekleriyle kendini arkadaş grubu içerisinde kanıtlamaya çalışmaktadır (Yörükoğlu, 1990:70). Arkadaş grupları boş zamanları değerlendirme, oyun, takım tutma, müzik, alışkanlık kazanma, cinsel davranışlar gibi konularda çocukların ve gençlerin hayat görüşleri ve davranışlarını önemli ölçüde

etkilemektedir (Yetim, 2000: 152). Arkadaş ortamında, çevrede ve okul ortamındaki oyunun ve sportif aktivitelerin çocuğun topluma alışmasında ve böylece sosyalleşmesinde çok önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir (Yetim, 2000: 157).

H<sub>4</sub>: Fiziksel fitness ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan değer arasında doğrudan bir ilişki vardır.

Ekstrem spor katılımını sağlayan faktörlerden dördüncüsü, fiziksel fitness değişkenidir. Biddle ve Baley (1985)' yetişkinlerden oluşan bir fitness sınıfının güdülenmesiyle ilgili çalışma yapmışlardır. Araştırmada bayanların sosyalleşme ve rahatlama (stres atma) değer vererek erkeklerin ise sağlık ve fiziksel fitnessse değer vererek spora katılım sağladığı sonucuna varılmıştır. Mathes ve Battista (1985), spora katılım güdülenmesi ile ilgili Kenyon (1968)'nin teorik bakış açısını kullanarak sporcu olan ve olmayan kolej öğrencileri üzerinde araştırma yapmıştır. Bu grup üzerinde göze çarpan yarışma, sağlık ve fiziksel fitness isimli üç güdüden söz etmektedirler. Araştırmacılar diğer araştırmacılara benzer bulgular elde etmiş ve bayanların sosyal güdülenmeye erkeklerin ise yarışma ve fiziksel fitness güdülenmesine daha yatkın olduğunu ortaya koymuşlardır.

H<sub>5</sub>: Stres atma ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan değer arasında doğrudan bir ilişki vardır.

Ekstrem spor katılımını sağlayan faktörlerden beşincisi stres atma değişkenidir. Stres atma, algı tarafından karakterize edilen duygusal bir durum, korku ve psikolojik uyarılmışlık ile birleşen gerginlik anksiyetisini azaltma süreci olarak tanımlanabilir (Leunes ve Nation, 1989: 9). Steptoe, Kimbell ve Basford (1998) egzersizin pozitif ruh durumu ve daha az günlük stres deneyimleri ile ilişkili olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca egzersiz yapılmayan günlerden ziyade egzersiz yapılan günlerde pozitif ruh halinin daha yüksek değerde olduğunu ifade etmektedirler. Dolayısıyla, bireylerin spor yaparak yakaladıkları pozitif ruh halinine vermiş oldukları değerden söz edilebilir. Araştırmalarında, katılımcıların düşük anksiyete durumunda egzersiz yaptıkları günlerde daha az stresli olduklarını rapor etmişlerdir. Sağlık, fiziksel görünüş ve ruh hali gibi egzersiz güdüleyicilerinin günlük yaşam olaylarında oldukça baskın olduğu ve değer verildiği; ayrıca, fiziksel egzersize katılan bireylerin stressiz oldukları gün boyunca, potansiyel olarak daha stresli aktiviteler yaşadıkları bildirilmiştir. Driver ve Tocher (1975) tarafından rahatlama ihtiyacının, boş zaman tercihinin birincil belirleyicisi olarak öne



sürülmüştür ve açık alan spor aktivitelerinin stres düzeylerini azaltmada yararlı olduğu ileri sürülmüştür.

H<sub>6</sub>: Değerler ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan tatmin arasında doğrudan bir ilişki vardır.

Ekstrem spor katılımını sağlayan faktörlerden birincisi, değerler değişkenidir. Bu değişkenin alt boyutlarını ise özgürlük, özsaygı, eğlence ve farklılık arayışı oluşturmaktadır. Koivula (1999) ve Wankel (1993), spor katılımcılarının en önemli güdüleyicisi olarak eğlence/zevk (fun/enjoyment)'i seçtiğini ve eğlence/zevkin bağıllıkta önemli derecede etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Buna paralel olarak Florental ve Shoham (2000), eğlence olgusunun ekstrem spor katılımcılarının değerleri ve yaşam biçimlerinde ekstrem spor katılımcısı olmayanlara göre çok daha fazla yer aldığını ifade etmektedir. Bireylerin boş zaman aktivitelerinin en önemli özelliklerinden biri özgürlük algısıdır. Bireylerin özgürlük algısında içsel güdülenme ve can sıkıcı hayat tarzından uzaklaşma eğilimi mevcuttur. Boş zaman aktivitelerinin temel özelliklerinden biri olan özgürlük algısı diğer tüm özellikler dikkate alındığında boş zaman tabiatında istikrar olarak kavramlaştırılabilir (Ellis ve Witt, 1984). Algılanan özgürlük kişisel yargıya (self-determination) yardım eder çünkü boş zamanlarında kendilerini özgür olarak algılayan bireyler egzersiz için bir fırsata sahiptirler oysa kendilerini kısıtlanmış olarak gören bireyler ise egzersiz yapmada başarılı olamayabilir (Coleman ve Iso-ahola, 1980). Öz saygı üzerinde yapılmış araştırmalar incelendiğinde Nocetti (2003), sporcu olanların olmayanlara göre daha olumlu duygulara sahip olduğunu belirlemiştir. Sporcuların vücutları ile ilgili daha iyi hissettiklerini, daha iyi bir ruh haline sahip olduklarını ve yaşamlarından daha memnun olduklarını ortaya koymuştur. Richman ve Schaffer (2000), spor yapan kolej öğrencilerinde özsaygının daha yüksek olduğunu bulmuştur. Carl (2001), ise sporcuların özsaygı skorlarının ortalamasının üzerinde olduğunu rapor etmiştir. Özgürlük hissini yaşayan, özsaygısı yüksek ve eğlenebilen bireylerin spor sayesinde bu değerlerini tatmin ettiği ifade edilebilir.

H<sub>7</sub>: Heyecan ve macera arama ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan tatmin arasında doğrudan bir ilişki vardır.

Ekstrem spor katılımını sağlayan faktörlerden ikincisi, heyecan ve macera arama değişkenidir. Bireyler yaptıkları iş ile ilgili mücadeleden ve kapasiteleri ile ilgili

becerilerinden algıladıkları duygusal yoğunlukla optimum deneyim sağlayarak dengeli bir kişilik ortaya koymaktadır. Dahası, yapılan araştırmalarda mücadele ve beceri dengesinin tek başına duygusal yoğunluğun oluşumunu tahmin etmekte yeterli olamayacağı belirtilmektedir. Duygusal yoğunluğun (flow teori/akış kuramı) ortaya çıkması için mücadele ve becerinin belirli bir eşik değeri geçmesi gerekmektedir. Mücadele ve becerinin her ikisi de düşük düzeyde eşit olsalar bile sonuç duygusal yoğunluk için duygusuzluktur. Yüksek düzeyde beceri ve mücadele gerektiren hatta bazılarında tehlikenin/riskin barındığı çeşitli boş zaman aktivitelerine yönelik güdülenme duygusal yoğunluk kavramı ile açıklanmaktadır (Hills ve ark. 2000: 763-779). Duygusal yoğunluk kavramı bireyin yapmış olduğu aktiviteye yönelik oluşturmuş olduğu tam bağlılık, aktivite süresince başarma isteği ve tüm enerjisini akativiteye yönelterek oluşturmuş olduğu duygunun işleyişinin mental ifadesidir (Csikzentmihalyi 1988: 72-75).

H<sub>8</sub>: Sosyalleşme ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan tatmin arasında doğrudan bir ilişki vardır.

Papaioannou ve ark., (2002), sporcuların aileleri, arkadaşları, taraftarları ya da takım arkadaşları tarafından onaylanma çabalarından kaynaklanan güdülenmenin küçümsenmemesi gerektiğini ve sosyal onaylanma amacıyla spor tatmin ilişkisinin bunun kanıtı olduğunu ileri sürmektedir. Bu noktada, sporcunun yeterliliğinin ve sosyal onaylanma amaçlarının aile, antrenör ve en iyi arkadaşlar tarafından desteklenmesinin spordaki tatmin ile pozitif bir ilişki içerisinde olması gerektiğini ifade etmektedirler.

H<sub>9</sub>: Fiziksel fitness ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan tatmin arasında doğrudan bir ilişki vardır.

Biddle ve Baley (1985)' yetişkinlerden oluşan bir fitness sınıfının güdülenmesiyle ilgili çalışma yapmışlardır. Araştırmada bayanların sosyalleşme ve rahatlama (stres atma) sebebiyle erkeklerin ise sağlık ve fiziksel fitness sebebiyle spora katılım sağladığı sonucuna varılmıştır. Mathes ve Battista (1985), spora katılım güdülenmesi ile ilgili Kenyon (1968)'nun teorik bakış açısını kullanarak sporcuyu olan ve olmayan kolej öğrencileri üzerinde araştırma yapmıştır. Bu grup üzerinde göze çarpan yarışma, sağlık ve fiziksel fitness isimli üç güdüden söz etmektedirler. Araştırmacılar diğer araştırmacılara benzer bulgular elde etmiş ve bayanların sosyal güdülenmeye erkeklerin ise yarışma ve fiziksel fitness güdülenmesine daha

yatkın olduğunu ortaya koymuşlardır. Diener (1984), bireyin yaşamından tatmin olma yolunun ancak yaşamındaki baskın özellikleriyle olabileceğini ifade etmektedir. Bu baskın özelliklerin ise bir işle ilgilenmek, sağlık, fiziksel fitness (fonksiyon), yaşam standardı, seksüel işlevsellik ve daha bir çok özelliklikle açıklanabileceğini belirtmektedir (Rejeski ve Mihalko, 2001: 23-35).

H<sub>10</sub>: Stres atma ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan tatmin arasında doğrudan bir ilişki vardır.

Ödevecioğlu ve Yalçın (2010) spor tatmininin sporcuların stres ve saldırganlıkları üzerindeki etkisini araştırmış ve spor tatmininin % 15 oranında stresi ve % 8.1 oranında saldırgan davranışları açıkladığını belirlemiştir. Etki yönünün negatif olduğunu yani spor tatmininin hem stresi hem de saldırganlığı azaltıcı yönde bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Bazı sporcuların saldırgan ve stresli olmalarının muhtemel nedenlerinden birinin de spor tatminlerinin düşük olmasından kaynaklandığını ifade etmişlerdir. Yaptıkları araştırmada saldırganlık ve stres düzeyininin spor tatminini etkilediğini saptamışlardır. Çalışmanın bir başka sonucu ise spor tatmini ile stres ve saldırganlık arasındaki negatif yönlü ilişkidir. Yani spor tatmini arttıkça stres ve saldırganlık düzeyi azalmaktadır (Özdevecioğlu ve Yalçın, 2010: 63-76).

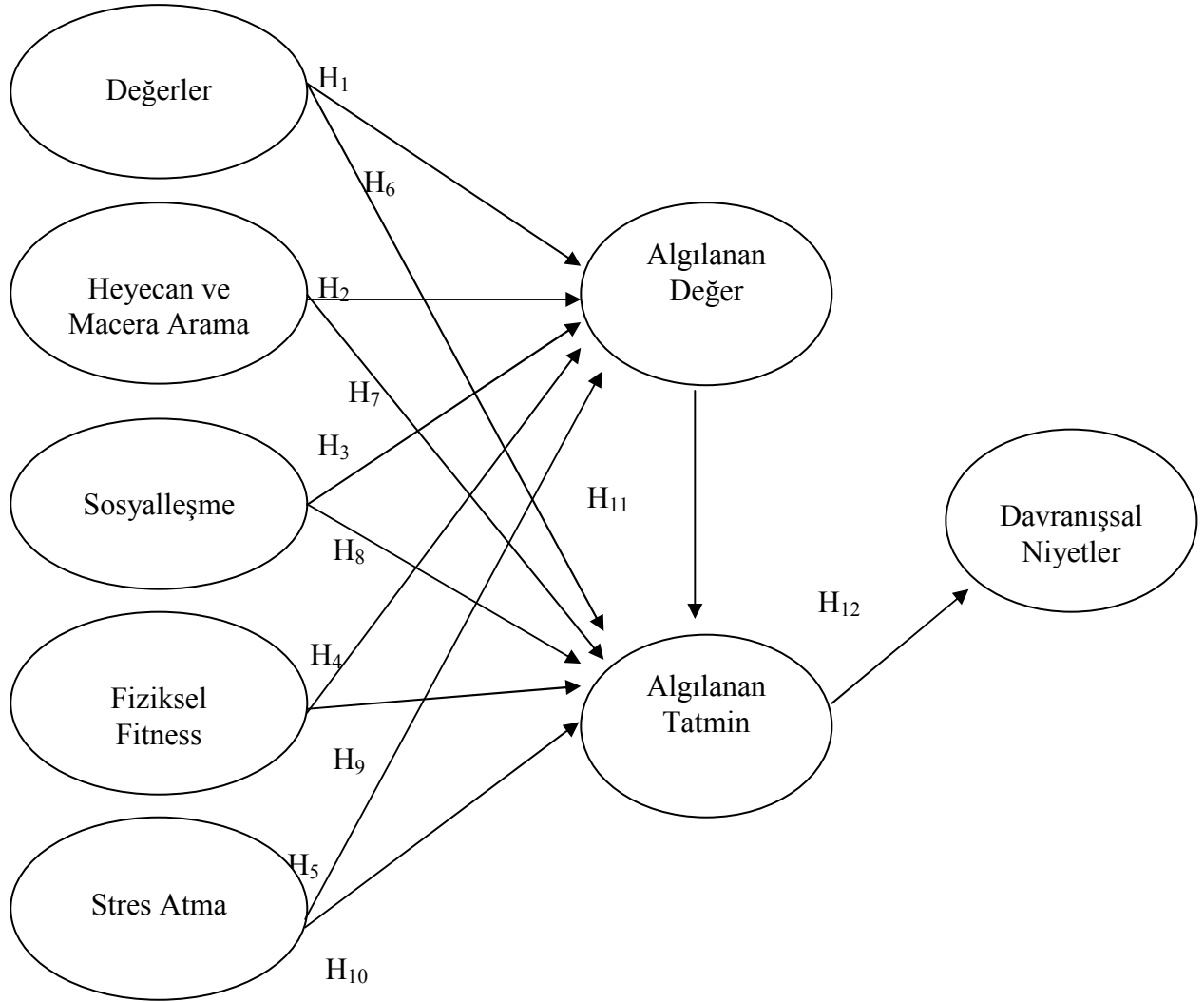
H<sub>11</sub>: Algılanan değer ile algılanan tatmin arasında doğrudan bir ilişki vardır.

Tüketicinin değer algılaması ve tatmin algılaması, pazarlama literatüründe son yıllarda oldukça ilgi gösterilen ve üzerinde oldukça fazla çalışılan kavramlardır (Woodruff, 1997: 139-153; Huber ve ark., 2001: 41-53; Eggert ve Ulaga, 2002: 107-118). Bu kavramlar üzerine yoğunlaşılmasının en önemli nedeni; tüketicilerin satın alma sonrası düşünce ve kararları üzerindeki önemli etkileridir (Lin ark., 2005: 318-336; Eggert ve Ulaga, 2002: 107-118; McDougall ve Levesque, 2000: 392-410). Dolayısıyla, firmalar tüketicilerine daha fazla değer sunarak onları tatmin etme ve tüketici sadakati sağlama yoluna gitmekte ve böylece rekabet üstünlüğünü sağlamaya çalışmaktadırlar (Woodruff, 1997: 139-153).

H<sub>12</sub>: Algılanan tatmin ile davranışsal niyetler arasında doğrudan bir ilişki vardır.

Bilişsel bir süreç olan tüketici değeri oluşumunun sonucunda, öncelikle tüketici tatmini veya tatminsizliği ortaya çıkmaktadır. Tüketicinin tatmin düzeyi de satın alma sonrası tercihlerini yönlendirmektedir. Dolayısıyla tüketici değeri satın alma sonrası tüketici tercihleri üzerinde doğrudan değil, tüketici tatmini vasıtasıyla dolaylı bir etkiye sahip olmaktadır. Başka bir ifadeyle, tüketici tatmini satın alma sonrası tercihler üzerinde gerekli ama tek başına yeterli olmamakta, ancak üstün bir tüketici değeriyle arzu edilen etkiye sahip olabilmektedir (Bolton ve Drew, 1991: 375-384). Araştırma kapsamında oluşturulan kuramsal model ve hipotezler Şekil 10'da gösterilmiştir.

### Kuramsal Model



## 5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma amaçlarına ulaşabilmek için araştırmanın yöntem kısmında yapılacak olan çalışmalar; araştırma modelinin belirlenmesini, araştırmada kullanılan değişkenlerin neler olduğunu, araştırmanın evren ve örneklemini, araştırmada kullanılan veri toplama yöntemini ve kullanılan tekniğin geçerlik ve güvenilirliğinin sınanmasını, araştırmada kullanılan ölçüm tekniği ile ilgili ölçüm düzeylerini, araştırmada kullanılan veri analiz yöntemleri olan; tanımlayıcı istatistikler, açıklayıcı faktör analizi, varyans analizi, doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modellemesini içermektedir.

### 5.1. Araştırmanın Modeli

Tez çalışmasında, araştırma amaçlarına uygun olarak “Betimsel” ve “Bağıntısal” araştırma modeli kullanılmıştır. Tanımlayıcı araştırmalar, bir konudaki herhangi bir durumu saptamayı hedefleyen araştırmalardır. Bağıntısal araştırmalar ise değişkenler arası ilişkileri ve bu ilişkilerin düzeyini incelemektir (Kurtuluş, 2004:252). Böyle bir tanımlama yapıldıktan sonra bu tanıma dayanarak ileriye dönük tahminler yapmak mümkün olacaktır. Ayrıca bu araştırmada, Türkiye’deki spor tüketicilerinin ekstrem sporlara katılımlarına katkı sağlayacak konuları değerlendirmeleri beklenmektedir. Bunları ortaya koymada tanımlayıcı araştırma modelinden yararlanılırken; eldeki problemi, bu problemle ilgili durumları, değişkenleri ve değişkenler arası ilişkileri tanımlamada ise bağıntısal araştırma modelinden yararlanılmıştır (Argan, 2007: 110).

### 5.2. Araştırmada Kullanılan Değişkenler

Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) gözlenen ve gözlenemeyen (gizil-latent) değişkenler arasındaki nedensel ilişkilerin sınanmasında kullanılan kapsamlı istatistiksel bir tekniktir (Yılmaz, 2004: 77-90). Yapısal eşitlik modellemesi kapsamında dışsal (exogenous) ve içsel (endogenous) değişkenler olmak üzere iki tür değişken tanımlanmaktadır. Yapısal eşitlik terminolojisinde dışsal değişkenler, modelde başka hiçbir değişken tarafından yordanan değildir; içsel değişkenler ise modelde başka bir değişken ya da değişkenler tarafından yordanan değişkendir (Şimşek 2007: 16-17). Araştırma kapsamında oluşturulan modelde sosyalleşme, değerler, heyecan ve macera arama, fiziksel fitness ve stres atma dışsal değişkenleri, algılanan değer, algılanan tatmin ve davranışsal niyetler içsel değişkenleri temsil

etmektedir. Ekstrem spor tüketim modelinde demografik özelliklerin etkisini sınamak için Yapısal Eşitlik Modellemesi'nde çoklu örneklem analizi gerçekleştirilmiştir.

### 5.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Türkiye sınırları içerisindeki il ve ilçelerde ekstrem spor etkinliklerinin gerçekleştirildiği tesislerden yararlanan tüm bireyler oluşturmuştur. Veri derlemede karşılaşılan zaman ve maliyet gibi sınırlılıklardan dolayı, araştırmanın tüm evren üzerinde değil, belirlenecek bir örneklem üzerinde yürütülmesi planlanmıştır. Bu amaçla örneklemin belirlenmesinde, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden olan “kolayda örnekleme” ve “yargısal örnekleme” yöntemleri kullanılmıştır. Tez çalışmasının ölçek geliştirme aşamasında kolayda örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Tesadüfi olmayan örnekleme yöntemiyle belirlenen örneklere dayalı olarak yapılan çalışma sonuçlarının istatistiksel olarak genellenmesi oldukça güç olabilmektedir. Ancak, bu çalışmada da olduğu gibi, anakütle içinde yer alan elemanlara ve elemanların sayısına ilişkin kesin bir bilgi olmadığı durumlarda, istatistiksel olarak tesadüfi olmasa da belirli bir örneğe dayalı elde edilen bilgiler ışığında mevcut durum hakkında birtakım kestirimlerde bulunabilmek için “kolayda örnekleme” yönteminden yararlanılabilir (Robson, 2002: 260). Ayrıca, kolayda örnekleme yöntemi hızlı ve ucuz yoldan veri elde etmenin en kestirme yollarından biri olarak tanımlanmaktadır (Nakip, 2003: 183). Tez çalışmasında kapsamında ölçek geliştirildikten sonra gerçek verilerin toplanacağı örneklemin belirlenmesinde yargısal örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Bu örnekleme yönteminde araştırmacı, çalışma alanına giren konuda yapılacak bir inceleme için en iyi örnek olacağına inandığı bir örneği kendi yargısına göre seçmektedir” (Koçak ve Arun, 2006: 26). Dolayısıyla bu araştırmayı en iyi şekilde temsil edecek örneklem olarak, Ankara, İstanbul, Kocaeli, İzmir, Adana, Samsun, Eskişehir/İnönü, Muğla/Marmaris-Fethiye-Bodrum, Antalya/Alanya-Kemer, İzmir/Alaçatı-Çeşme, Sakarya/Adapazarı, illerinde ve ilçelerinde araştırmacı tarafından belirlenmiş olan ekstrem spor tesislerinde ekstrem spor yapan bireyler araştırma kapsamına alınmıştır.

Tablo 15’de belirtilen toplam yirmi iki ekstrem spor branşının on yedisinin örneklem grubuna dahil edilmiştir. Bu rakam toplam branşların % 77.27’sini temsil etmektedir. Dolayısıyla, hem ulaşılabilirlik hem de temsil yeteneği bakımından yargısal örnekleme yöntemi araştırma amacı kapsamında uygun olarak değerlendirilebilir. Tablo 16’da araştırma yapılacak ekstrem spor branşları ve uygulandığı il/ilçelere yer verilmiştir.

## Türkiye’de Ekstrem Spor Branşlarının Uygulandığı İl/İlçeler

<b>Kara Sporları</b>	<b>Uygulanan İl ve İlçeler</b>
Dağ Bisikleti	Muğla/Marmaris, Ankara
Kaya Tırmanışı	Antalya/Kemer-Alanya, Sakarya/Adapazarı
Agresif Paten	İstanbul,Ankara, Eskişehir
Kar Sörfü	Bursa/Uludağ
Kay Kay	İstanbul/Kocaeli/İzmir
Parkur/Serbest Koşu	İstanbul, Eskişehir, İzmir
Bmx	İstanbul, Eskişehir, İzmir, Ankara
Ekstrem Motokros	İstanbul, İzmir
<b>Hava Sporları</b>	
Serbest Atlayış	Ankara, Eskişehir/İnönü, İzmir/Selçuk
Gökyüzü Dalışı	İstanbul, Eskişehir/İnönü, Muğla/Fethiye
Elastik İp Atlayışı	Antalya/Kemer-Alanya, Muğla/Bodrum
Delta/Yelken Kanat	Antalya/Kemer-Alanya, Eskişehir/İnönü
Yamaç Paraşütü	Antalya/Kemer-Alanya, Eskişehir/İnönü
<b>Su Sporları</b>	
Rüzgar Sörfü	İzmir/Alaçatı, Antalya, Çeşme
Uçurtma Sörfü	İzmir/Alaçatı, Antalya, Çeşme
Serbest Dalış	Antalya
Su Sörfü	İzmir/Alaçatı, Antalya, Çeşme

### 5.4. Veri Toplama Yöntemleri

Tez çalışmasında veri toplanmasında alan araştırması yöntemlerinden biri olan anket tekniğinden yararlanılmıştır. Ural ve Kılıç (2006) anket tekniğini, kısa zamanda geniş bir coğrafyaya yayılan örneklemden veri toplamanın en etkili yollarından biri olarak ifade etmektedir. Tez çalışmasında kişisel görüşme yoluyla anket tekniğine başvurulması planlanmaktadır. Anket soru formlarının geri dönüşünde mümkün olan en yüksek sayıya ulaşabilmek için, soruların açık ve net olmasına, kısa cevaplı olmasına dikkat edilmiştir. Ekstrem spor katılımcılarına ulaşmak amacıyla aşağıdaki seçeneklere başvurulmuştur:

- Araştırmacı ilgili tesislere bizzat giderek ekstrem sporlar ile uğraşanlardan ilk elden veri toplamıştır.
- Araştırmacı, her il ve ilçede anket soru formlarının gönderileceği ekstrem spor tesislerini belirlemiştir. Anket formları tesis yöneticilerine kargo ile gönderilmiş ve bu tesislerin yöneticilerinden alınacak izin dahilinde ekstrem spor tesislerine gerekli sayıdaki anket soru formunun çalışanlarca bırakılması sağlanmıştır. Ekstrem spor

uğraşanları tarafından cevaplanan formlar, tesis yöneticileri ya da çalışanları tarafından ve yine kargo ile araştırmacıya gönderilmiştir.

- Araştırmacı söz konusu tesislerde araştırmanın yürütülmesi için gerekli izni alarak, ekstrem spor tesisinde anket soru formlarını doldurtacak bir anketör ile çalışmıştır..

### **5.5. Anketin Geçerliliği ve Güvenirliği**

Anketin geçerliliğini ve güvenirliliğini sınamak amacı ile çeşitli çalışmalar yapılmıştır.

- Ekstrem sporlara yönelik olarak yapılan daha önceki çalışmaların soruları gözden geçirilmiştir.
- Anketin hazırlanması esnasında ekstrem sporlar konusunda veya diğer konularda anket ile veri toplama yönteminden yararlanmış uzman kişilerin görüşlerinden ve literatürden yararlanılmıştır.
- Anket formuna son şeklini vermeden önce 114 ekstrem sporcu ile pilot bir çalışma yapılmıştır.
- Ankette kullanılıp ölçek şeklinde değerlendirilen soru grupları için güvenilirlik analizi yapılmış ve Cronbach's Alpha'dan yararlanılmıştır.
- Açıklayıcı faktör analizi yöntemlerinden yararlanılmıştır
- Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır.
- Geliştirilen model Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ile test edilmiştir.

### **5.6. Ölçüm Düzeyleri**

Tez çalışması çerçevesinde hazırlanmış olan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde, Türk ekstrem sporcularını spor tüketim etmenlerini belirlemek amacıyla 53 ifadeye yer verilmiş ve ifadeler beşli likert ölçeği (1= Kesinlikle Katılmıyorum 5= Kesinlikle Katılıyorum) ile değerlendirilmiştir. İkinci bölümde ise Türk ekstrem sporcularının özelliklerini belirlemeye yönelik 17 soru ve üçüncü bölümde demografik özellikleri belirlemeye yönelik 6 soru bulunmaktadır.



## 5.7. Veri Analiz Yöntemleri

Tez çalışması kapsamında dört farklı analiz yöntemi belirlenmiştir. Bunlar; tanımlayıcı istatistikler, açıklayıcı faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modellemesidir.

### 5.7.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Tanımlayıcı istatistikler, karmaşık bir halde bulunan verinin sağladığı özet bilgilerin belirlenmesi ve sayısal olarak ifade edilmesini içeren yöntemlerdir. Temel kullanımları, verinin ortalama yerleşim yerinin tespiti, veriyi oluşturan gözlemlerin bu ortalama yerleşim yerinden ne kadar uzak olduğunun belirlenmesi, birden fazla değişken olması durumunda da bunların arasındaki ilişkilerin belirlenmesidir (Bülbul, 2006: 8-20).

### 5.7.2. Varyans Analizi (T-Testi ve Anova)

Parametrik analizlerde en yaygın olarak kullanılan tekniklerden biri t-testi'dir. Bağımsız iki grup arasında fark olup olmadığını ve herhangi bir grubun farklı koşullar altındaki tepkilerinde farklılığın olup olmadığını incelemesine yönelik hipotezlerin test edilmesinde kullanılan analiz tekniğidir. T-testi ile sadece iki grup arasındaki farklılıkları incelemek mümkündür. İki'den fazla gruba karşılaştırılmasının gerektiği durumlarda ise anova kullanılmaktadır. ANOVA analizinin ön koşullarından biri her bir grubun normal dağılım sergileyen bir ana kitleden rastgele seçilmiş örnekler olmasıdır. Ayrıca her bir grubun eşit varyansa sahip olması da istenmektedir. ANOVA analizi sadece grupların birbirinden farklı olup olmadıklarını belirler fakat hangi grup diğerinden farklıdır sorusuna cevap veremez. Bu soruya cevap verebilmek için one way ANOVA analizi uygulanmaktadır. Bu analiz yönteminde ise analizin diyalog kutusunda çeşitli test yöntemlerinden yararlanılmaktadır. Bunlar içerisinde en yaygın kullanılan ve yorumu en kolay olan scheffe test yöntemidir. ANOVA analizinde çok kuvvetli olmamak kaydı ile ön şart olarak varyansların eşit olması istenilmektedir. Ancak, varyansları eşit olmayan gruplar içinde uygulanabilmektedir. Gruplararası varyansın eşit olmaması durumunda ise kullanılacak post-hoc istatistikleri değişmektedir. Bu durumda kullanılacak istatistikler: Games-Howell, Tamhane's T2, Tamhane's T3, Dunnet's C ve Dunnet's T3 şeklindedir ve sadece "çoklu aralık testi" olarak işlem görmektedirler (Sparks, 1963: 343-349). Araştırmada varyansların eşit olmadığı

durumlarda Tamhane's T2 testinden yararlanılmıştır (Horchberg ve Tamhane 1989: 103-106). Ayrıca varyansların eşitliği ise levene testi yardımı ile kontrol edilmektedir (Karasar, 2005:120-155; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2007; 190-225)

### **5.7.3. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)**

Açıklayıcı faktör analizi çalışmanın kavramsal modelinin bileşenleri olan ekstrem spor tüketim temelinde yatan boyutları belirlemek amacı ile kullanılmıştır. Faktör analizi, birbirleriyle orta düzeyde ya da oldukça ilişkili değişkenleri birleştirerek az sayıda ancak bağımsız değişken kümeleri elde etmede amprik bir temel sağlayan tekniktir. Böylece pek çok değişkenin birkaç küme ya da boyuta indirgenmesi mümkün olmaktadır. Bu boyut ya da kümelerden her birine faktör adı verilmektedir (Balcı, 2009: 147-149). Açıklayıcı (keşfedici, exploratory) ve doğrulayıcı (confirmatory) olmak üzere iki tür faktör analizi yaklaşımı bulunmaktadır. Araştırmacının, ölçme aracının ölçtüğü faktörlerin sayısı hakkında bir bilgisinin olmadığı, belli bir hipotezi sınamak yerine, ölçme aracıyla ölçülen faktörlerin doğası hakkında bir bilgi edinmeye çalıştığı inceleme türlerine açıklayıcı faktör analizi (exploratory factor analysis) denilmektedir (Tavşancıl,2006: 177-181).

Tavşancıl (2002) ve Büyüköztürk (2009)'e göre, açıklayıcı faktör analizinde örneklemden elde edilen verilerin yeterliği Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ve Bartlett Küresellik (Sphericity) Testi'yle incelenebilir. KMO, bulunan değer 1'e yaklaştıkça mükemmel, 0.50'nin altında ise kabul edilemeyeceğini göstermektedir. KMO'nun değerleri .80 ve üzeri mükemmel, .70 ve üzeri iyi, .60 ve üzeri vasat, .50'nin altında ise kabul edilemez olarak değerlendirilmektedir (Hair ve ark., 1998: 374-375). Araştırma kapsamında elde edilen verilerin temel bileşenler analizine uygunluğunu belirlemek için yapılan KMO değeri (88,2) çıkmıştır. Kulaksızoğlu ve ark., (2003) ile Aşkar ve Dönmez'in (2004) de belirttiği gibi bu değerler, örneklem büyüklüğünün ve elde edilen verilerin seçilen analiz için uygun ve yeterli olduğunu göstermiştir. Ayrıca, Tavşancıl'a (2002) göre açıklayıcı faktör analizinde evrendeki dağılımın normal olması gerekmektedir. Verilerin çok değişkenli normal dağılımdan gelip gelmediği ise Bartlett testi ile test edilmektedir (Ergin, 1995: 125-148). Ekstrem Spor Tüketim Ölçeği'nin verilerine yapılan Bartlett testi anlamlı (25386,609 df: 1378, p: 0.00) çıkmıştır.

Analiz sonucunda yorumlanması güç, çok sayıda ilişkili orjinal değişkenden bağımsız, kavramsal olarak anlamlı az sayıda faktörün (hipotetik değişken) bulunması amaçlanmaktadır. Analiz sonunda elde edilen varyans oranları ne kadar yüksekse, ölçeğin faktör yapısı da o kadar güçlü olmaktadır. Sosyal bilimlerde yapılan analizlerde %40 ile %60 arasında değişen varyans oranları yeterli kabul edilmektedir. Faktör örüntüsünün oluşturulmasında ise, 0.30 ile 0.40 arasında değişen faktör yüklerinin alt kesme noktası olarak alınabileceği belirtilmektedir. Faktör analizi uygulanırken dikkat edilmesi gereken hususlar bulunmaktadır. Bunlar; örneklemin büyüklüğü, normallığı ve doğrusallığıdır (Tavşancıl, 2006: 177-181). Faktör analizinde aynı yapıyı ölçmeyen maddelerin ayıklanmasında genellikle aşağıda belirtilen 3 ölçüt dikkate alınmaktadır.

- 1) Maddelerin yer aldıkları faktördeki yük değerlerinin yüksek olması (0.45 ya da daha yüksek olması seçim için iyi bir ölçüdür. Ancak bu sınır değer 0.30'a kadar indirilebilir.
- 2) Maddelerin tek bir faktörde yüksek yük değerine, diğer faktörde ise düşük yük değerine sahip olması (yüksek iki yük değeri arasındaki farkın en az 0.10 olması önerilmektedir)
- 3) Önemli faktörlerin, herhangi bir madde de (değişkende) birlikte açıkladıkları ortak faktör varyansının yüksek olması. (maddelerin ortak faktör varyanslarının 1.00'a yakın ya da 0.66'nın üzerinde) (Büyüköztürk, 2009: 121-125).

Önemli faktör sayısına karar vermede aşağıdaki ölçütlerin dikkate alınması önerilebilir:

- 1) Öz değer (eigen value)(öz değeri bir ya da birden büyük olan faktörler önemli faktörler olarak alınmaktadır)
- 2) Açıklanan varyans oranı (faktör sayısının yüksek tutulması, açıklanan varyansı arttırmaktadır)
- 3) Faktörlerin öz değerlerine dayalı olarak çizilen çizgi grafiğinin (scree graph/plot) incelenmesi (grafikte yüksek iğmeli, hızlı düşüşlerin yaşandığı faktör önemli faktör sayısını vermektedir) (Büyüköztürk, 2009: 121-125).

Bu yöntemlere ek olarak, maddenin ölçekten çıkarılması için madde silinerek alfa katsayısındaki ve ölçek ortalamasındaki değişime de bakılabilir (Dağ, 2002: 77-90; Özsaygı, 1994: 25-31; Tekin, 1996: 17-21; Turgut, 1997: 33-42). Yapılan bu işlemlerin yanı sıra, Tavşancıl'a (2002) göre, KMO bütün soru grubunun genel olarak faktör analizine uygunluğunu ölçerken örnekleme yeterliliği ölçüsü (MSA) değeri her bir sorunun faktör analizine uygunluğunu ölçtüğünü ifade etmektedir. MSA değeri 0.50'den az olması durumunda soru analizden çıkarılmalıdır.

#### **5.7.4. Korelasyon Analizi**

Faktör analizinde dikkat edilecek diğer bir aşama ise faktörlerin birbirinden bağımsızlığını ortaya koymaktır. Faktörlerin birbirinden bağımsızlığını ortaya koyabilmek için boyut korelasyon değerleri incelenmiştir. Faktörler arasındaki korelasyonun düşük olması, faktörlerin birbirinden bağımsız olduğunu ve faktör yapısını desteklediğini, faktörler arasında korelasyonun yüksek olması ise bu yapıların birbiri ile ilişkili olabileceğini göstermektedir. Pearson korelasyon katsayısı (r) 0,00 – 0,25 arasında ise değişkenler arasında çok zayıf, 0,26 – 0,49 arasında ise zayıf, 0,50 – 0,69 arasında ise orta, 0,70 – 0,89 arasında ise yüksek ve 0,90 – 1,00 arasında ise çok yüksek düzeyde bir ilişki vardır (Kalaycı, 2005:116).

#### **5.7.5. Doğrulayıcı Faktör Analizi**

LISREL 8.80'de oluşturulan model, ölçme modeli ve yapısal model olarak iki kısımdan oluşmaktadır. Ölçme modeli, gizil değişkenlerin ya da kuramsal yapıların gözlenen değişkenlere nasıl bağlı olduğunu ve nasıl gösterildiğini belirtmektedir. Yapısal model ise gizil değişkenler arasındaki nedensel ilişkileri belirtmekte ve nedensel etkileri tanımlamaktadır. LISREL ile yapılan analizlerde iki yöntem bulunmaktadır: 1) ölçme modeli ve yapısal modeli aynı anda analize sokarak sonuçları aynı anda elde eden tek aşamalı yaklaşım, 2) ölçme modeli ve yapısal modelin ayrı doğada oldukları gerekçesi ile her ikisinin ayrı ayrı analiz edildiği iki aşamalı yaklaşım. İki aşamalı yaklaşımda öncelikle ölçme modeli test edilmekte ve bu modelde bir sorun olmadığı anlaşıldıktan ya da sorunlar halledildikten sonra yapısal model test edilmektedir (Şimşek, 2007: 61-63).

Chau (1997: 316), yapısal eşitlik modelinin test edilmesinden önce, doğrulayıcı faktör analizi yapılarak ölçme modelinin değerlendirilmesi ve geçerlenmesi gerektiğini ifade etmektedir. Tez çalışması kapsamında oluşturulan modelin meydana getirilmesinde iki

aşamalı yaklaşım dikkate alınmıştır. Bu yüzden ilk yapılması gereken ölçme modelinin test edilmesidir. Ölçme modeli, LISREL 8.80'in ürettiği kovaryans çıktısı üzerinden En Yüksek Olabilirlik Kestirim Yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiş ve belirlenmiştir.

DFA, Yapısal Eşitlik Modelli'ni belirlemeden önce yapılması gereken bir analiz türüdür. DFA, ortaya konan teoriye ve hipotez testine daha büyük vurgu yapmakta ve hipotez testinde AFA'da bulunmayan pek çok analitik olasılıkları sağlayabilmektedir (Timoty, 2006: 1-4). AFA ile DFA arasındaki temel fark, AFA belirgin bir tek boyutluluk testi sağlayamamaktadır. Bunun aksine, DFA içsel ve dışsal tutarlılık tarafından etkilenen kısıtlamalara göre daha belirgin ve kesin bir tek boyutluluk değerlendirmesi yapabilmektedir (Anderson ve Gerbing, 1984: 411-423). DFA, bir test enstrumanının gözlenemeyen değişkenlerini incelemek amacıyla yeni bir ölçeğin geliştirilmesi aşamasında kullanılmaktadır. Ayrıca, DFA geleneksel metodların problemlerinden kaçınmada ve ölçek geçerliğini tahmin etmede kullanılabilir (Timoty, 2006: 1-4).

DFA, ölçeğin altında yatan boyutları (faktörler) ve ifade-faktör ilişkisi örneklerini (faktör yükleri) onaylamak amacı ile kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra DFA testin nasıl sayısallaştırılacağı konusunda yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda, gözlenemeyen değişkenler çok faktörlü olduğunda (iki ya da daha fazla) DFA tarafından desteklenen faktör yük örneklerinin kullanılan ölçekte nasıl sayısallaştırılacağı ortaya çıkarılmaktadır. Yani ölçek ifadelerinin ve ifade-faktör ilişkisi örneklerinin nasıl sayısallaştırılacağı belirlenebilmektedir. Diğer sonuçlara ve analiz uzantılarına bağlı olarak DFA toplam skorların (tüm ifadelerin birleşimi) ve altölçek skorlarının (ifadelerin alt kümelerinin bileşimi) kullanımını desteklemektedir (Timoty, 2006: 1-4). DFA sonuçlarının incelenmesinde birleşik güvenilirliği, birleşme geçerliği ve ayrılma geçerliğinde dikkate alınması gereken kriterler mevcuttur.

**Birleşik Güvenirlik:** Birleşik güvenirlilik alpha katsayısı ile benzerdir ancak alpha katsayısı tek boyutluluğu değerlendirmek yerine ölçeğin tek boyutlu olduğunu varsaymaktadır. Birleşik güvenirlilik ise, bir faktördeki göstergelerin içsel tutarlıklarını göstermektedir ve kabul edilebilir güvenirlilik oranı 0.70'tir. Bir yapının birleşik güvenirliliği aşağıdaki formül ile hesaplanmaktadır (Hair ve diğerleri, 1998; 611-612).

**Birleşme Geçerliği:** Şencan (2005: 405)'a göre, birleşme geçerliği altta yatan ortak faktörü/örtük değişkeni ya da yapıyı ölçmek için belirlenmiş gözlenen değişkenlerin/ölçek maddelerinin hepsinin bu faktördeki görece yüksek yüklerini ifade etmektedir. Faktör analizi faktöryel alt yapıyı belirlemenin dışında verilerin geçerliğinin saptanması amacıyla da kullanılabilceğini belirtmektedir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda göstergeler belirlenen faktörler üzerine yüksek lambda değerlerine sahip olmuşsa maddelerin birleşme/uyuşma geçerliğine sahip olduğu söylenmektedir. Daha açık ifade etmek gerekirse, her bir yapıyı ölçmek için belirlenmiş gözlenen değişkenler ile ilgili oldukları yapılar arasındaki standardize parametre değerlerinin/faktör yükleri büyük olması gerekmektedir. Herhangi bir gözlenen değişken ve teorik düzeyde ait olduğu varsayılan örtük değişken arasındaki ilişkiyi belirten standardize parametre değerlerinin düşük olması o maddenin söz konusu faktörü ölçmediği anlamına gelmektedir. Chou, Boldy ve Lee (2002), birleşme geçerliği için standardize parametre değerlerinin .50'den büyük olması gerektiğini ifade etmektedir.

#### **5.7. 6. Yapısal Eşitlik Modellemesi**

Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) gözlenen ve gözlenemeyen (gizil-latent) değişkenler arasındaki nedensel ilişkilerin sınanmasında kullanılan kapsamlı bir istatistiksel tekniktir. Kuramsal yapıların (construct) formüle edilmesiyle ilgili karşılaşılan problemlerin çözümünde yararlı bir teknik olduğu kanıtlanana modellenin bilgisayar yazılımı Jöreskog ve Sörbom (1996) tarafından geliştirilmiştir (Jöreskog ve Sörbom, 1996: 11). Özellikle psikoloji, sosyoloji, pazarlama ve eğitim bilimlerinde değişkenler arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesinde ve kuramsal modellerin sınanmasında kullanılan sistemli bir araçtır (Yılmaz, 2004: 77-90; Şimşek, 2007: 16-17). Yapısal eşitlik modellemesi neden ve etki değişkenlerinin kullanıldığı doğrusal denklemler setidir. Modelde yer alan gizil değişkenler (latent variables) araştırmacı tarafından neden değişkenler (cause variables) ve etki değişkenler (effect variables) olmak üzere iki temel gruba ayrılmaktadır. Neden değişkenlerin vektörleri genellikle (  $\xi$  ) işareti ile etki değişkenlerin vektörü ise (  $\eta$  ) işareti ile gösterilmektedir. Bu tür modeller doğrudan gözlenemeyen yani ölçülemeyen değişkenlerin de modelde yer almasını mümkün kılmaktadır (Jöreskog ve Sörbom, 1996: 11). Gizil değişkenler YEM'in en önemli kavramlarından biridir ve araştırmacıların gerçekte ilgilendikleri zeka, güdü, duygu, tutum gibi soyut kavramlara ya da psikolojik yapılara karşılık gelmektedir. Bu yapılar, ancak dolaylı olarak belirli davranışlar ya da göstergeler temelinde ölçülen değişkenler yardımıyla gözlenebilir. Psikoloji, sosyoloji, eğitim, ekonomi ve pazarlama gibi çoğu alanda asıl ilgilenilen kavramların doğrudan

ölçülmesi bazen mümkün olamaz. Psikolojide, kişinin kendine bakış açısı ve güdülenme; sosyolojide, çaresizlik ve huzursuzluk; eğitimde sözlü yetenek ve eğiticinin beklentisi; ekonomi de ise davranışlar, müşteri memnuniyeti, kalitenin algılanışı gibi kavramlar gizil değişkenlere örnek olarak verilebilir. Sözü edilen gizil değişkenler gözlenemediği için doğrudan ölçülemezler. Bu yüzden, araştırmacı, gizil değişkeni işlemsel olarak tanımlamak için varsayılan yapı açısından gizil değişkeni gözlenebilir değişkenlerle ilişkilendirmek zorundadır (Yılmaz, 2004: 77-90).

YEM gizil değişkenler seti arasında bir nedensellik yapısının var olduğunu ve gizil değişkenlerin gözlenen değişkenler aracılığıyla ölçülebildiğini varsaymaktadır. Veri analizinde YEM'i kullanmanın en az iki önemli nedeni vardır. İlk olarak, YEM davranışsal bilim verilerinin doğal yanılabilirliğini hesaba katması ve her bir yapının göstergeleri tarafından ölçüm güvenilirliğinin belirlenmesi ve düzeltilmesini sağlamaktadır. İkinci olarak, YEM doğrudan, dolaylı ve iki yönlü etki yolları aracılığı ile değişkenlerin çoklu katmanları arasında yapı etkilerinin yayıldığı, kapsamlı kuramsal bir çerçeve içinde inceleme yapılmasını mümkün kılmaktadır (Yılmaz, 2005: 257-269). Yapısal eşitlik modellemesinin analizinde, YEM'de yer alan parametlerin tahmini ve modelin anlamlılığının sınanması yedi aşamadan oluşmaktadır (Hair ve ark., 1998:577-659). Bu aşamalar;

1. Teorik olarak modelin geliştirilmesi,
2. Modelin yol analizinin düzenlenmesi,
3. Yol analizinin yapısal eşitlik modellemesi ve ölçme modeline dönüştürülmesi,
4. Girdi matris türünün seçilmesi ve önerilen modelin hesaplanması,
5. Yapısal modelin tanımlanması,
6. Uyum iyiliği kriterlerinin değerlendirilmesi ve
7. Modelin yorumlanması ve düzeltilmesi'dir.

## **1. Teorik Olarak Modelin Geliştirilmesi**

YEM'de yer alan parametlerin tahmini ve model anlamlılığının sınanmasında ilk aşama, önerilen hipotezleri yansıtan gizil yapılar arasındaki bağlantılar (tanımlanan nedensel ilişkiler) ile teorik bir modelin geliştirilmesini içermektedir (Hair ve ark., 1998: 577-659). Teori/teoriler YEM için bir temel sağlamaktadır. Tez çalışmasının üçüncü ve dördüncü bölümlerindeki literatür incelemesi, ekstrem spor tüketim modelindeki gizil yapılar arasındaki

karşılıklı ilişkiler için ayrıntılı bir teorik temel sağlamaktadır. Tez çalışmasında önerilen ekstrem spor tüketim modelinde, sosyalleşme, değerler, heyecan ve macera arama, fiziksel fitness ve stres atma güduları ekstrem sporcuların algıladıkları değeri ve algıladıkları tatmini etkilemekte, algıladıkları değer ve algıladıkları tatmin ise ekstrem sporcuların davranışsal niyetlerini etkilemektedir.

## 2. Modelin Yol Analizinin Düzenlenmesi

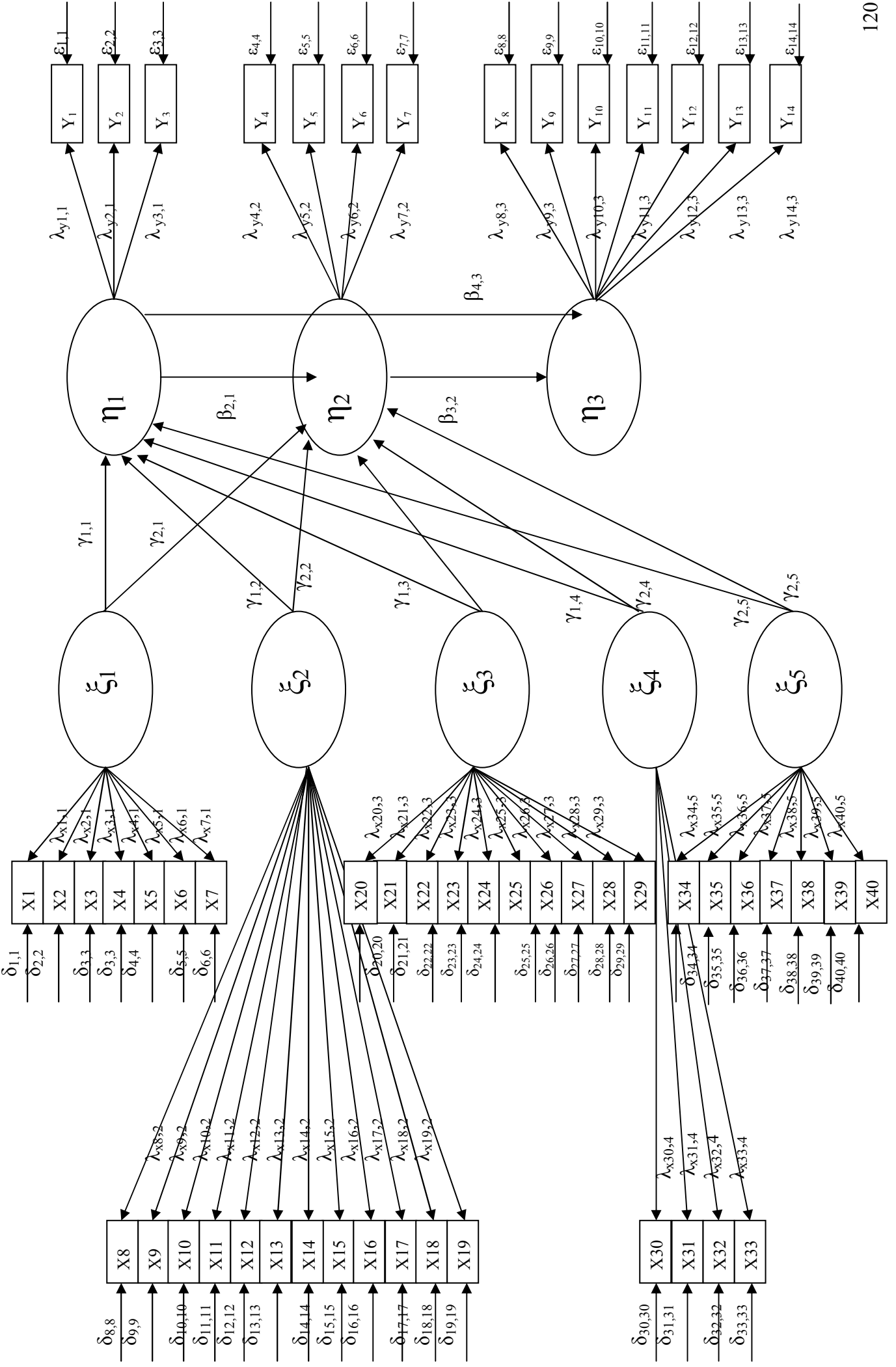
Yapısal eşitlik modellemesinin daha iyi anlaşılabilmesi ve özetlenebilmesini sağlamak amacıyla yol analizi denilen diyagramlar kullanılmaktadır. Yol analizi yapısal modelleri formüle edebilmek için kullanışlı bir yöntemdir. Nedenselliğin yönünü ve karakterini ortaya koydukları için araştırmacıya problemin çözümü konusunda yol göstermektedir (Kırcı, 2006: 58-59). Bir yol analizi, ilişkilerin görselleştirilmesinin yanında araştırmacının sadece yapılar (bağımlı-bağımsız değişken ilişkileri vb.) arasındaki ilişkileri tahminlemesini değil aynı zamanda yapılar ve hata göstergeleri arasındaki karşılıklı ilişkilerin gösterilmesinde araştırmacıya yardımcı olmaktadır (Hair ve ark., 1998: 577-659). Yol analizi, yapılar ve göstergeler arasındaki bütün ilişkiler oklar ile tanımlanmaktadır. Düz bir ok, bir yapıdan göstergelerine doğrudan nedensel bir ilişkiyi ve yapılar arasındaki doğrudan nedensel bir ilişkiyi göstermektedir. Örneğin ekstrem spor tüketim güdülerinden algılanan değere ve algılanan tatmine doğru çizilen bir ok, ekstrem spor tüketim güdülerinin ekstrem spor tüketicilerinin değer ve tatmin algılamasına neden olduğunu göstermektedir. Genel olarak bir yol analizi çizmek için aşağıdaki kurallar uygulanmaktadır:

1. Her iki bağımlı değişkene kendi kaynaklarının her birinden ok çizilir.
2. Birbirleriyle sıfırdan farklı korelasyon olduğu düşünülen her bir çift bağımsız değişken arasında çift yönlü eğriler çizilir. Çift yönlü eğri korelasyon katsayısının simetrik karakterini gösterir. Değişkenler arasındaki diğer bağlantılar tek yönlüdür ve tek yönlü oklarla ifade edilir (Kırcı, 2006: 58-59).

Şekil 11’de gösterilen model, beş dışsal değişken sosyalleşme ( $\xi_1$ ), değerler yaşam biçimi ( $\xi_2$ ), heyecan macera arama ( $\xi_3$ ), fiziksel fitness ( $\xi_4$ ), stres atma ( $\xi_5$ ) ve üç içsel değişken olan algılanan değer ( $\eta_1$ ), algılanan tatmin ( $\eta_2$ ), davranışsal niyetleri ( $\eta_3$ ) içermektedir.



Şekil 11: LISREL Notasyonu ile Yol Analizi



Şekil 11’de;

$\xi_1$ : Dışsal gizil değişken (bağımsız gizil değişken: sosyalleşme)

$\xi_2$ : Dışsal gizil değişken (bağımsız gizil değişken: değerler)

$\xi_3$ : Dışsal gizil değişken (bağımsız gizil değişken: heyecan ve macera arama)

$\xi_4$ : Dışsal gizil değişken (bağımsız gizil değişken: fiziksel fitness)

$\xi_5$ : Dışsal gizil değişken (bağımsız gizil değişken: stres atma)

$X_1, \dots, X_{40}$ : Sosyalleşme, değerler, heyecan ve macera arama, fiziksel fitness ve stres atma ile ilişkili gözlenen değişkenler

$\lambda_{x1,1}, \dots, \lambda_{x40,5}$ : Bir dışsal gizil değişken ( $\xi_1$ ) ve gözlenen değişken ( $X$ ) arasındaki ilişkiler ile ilgili parametreyi temsil eder ve genellikle faktör yük değeri olarak ifade edilir.

$\delta_{1,1}, \dots, \delta_{40,40}$ : Bir gözlenen değişkenin ( $X$ ) hata varyansları ile ilişkili parametreyi temsil eder.

$\eta_1$ : İçsel gizil değişken (algılanan değer)

$\eta_2$ : İçsel gizil değişken (algılanan tatmin)

$\eta_3$ : İçsel gizil değişken (davranışsal niyetler)

$Y_1, \dots, Y_{14}$ : İçsel gizil değişkenlerle ilişkili gözlenen değişkenler (bağımlı gözlenen değişkenler)

$\lambda_{y1,1}, \dots, \lambda_{y14,3}$ : Bir içsel değişken ( $\eta_1$ ) ve gözlenen değişken ( $Y$ ) arasındaki ilişkiler ile ilgili bir parametreyi temsil eder ve genellikle faktör yük değeri olarak ifade edilir.

$\epsilon_{1,1}, \dots, \epsilon_{14,14}$ : Bir gözlenen değişken ile bir içsel değişken arasındaki ilişkiler ile ilgili parametreleri temsil eder.

$B_{2,1}, \dots, \beta_{4,3}$ : İki içsel değişken arasındaki ilişkiler ile ilgili parametreleri temsil eder.

### 3. Yol Analizinin Yapısal Eşitlik Modellemesi ve Ölçme Modeline Dönüştürülmesi

Teorik model ve yol analizi oluşturulduktan sonra modelde daha biçimsel terimlerin yer verildiği bu aşamada, ölçme modelinin tanımlanması ve yapıların bir denklem serisine dönüştürülmesi amaçlanmaktadır. Yapısal modelde her bir içsel yapı farklı bir denklemde bağımlı değişkendir. Yordayıcı değişkenler ise son bölümdeki bütün yapılarıdır (Hair ve ark., 1998: 577-659).

Ölçme modelinin tanımlanmasında ilk olarak, her bir gizil değişkenin en az üç adet gösterge değişkenle ölçülmesi, en az iki göstergenin hatalarının birbirinden bağımsız olması ve gizil değişken göstergelerinden en az birinin bir başka gizil değişken göstergesi ile hiçbir ortak hata kovaryansının olmaması gerekmektedir (Sümer, 2000:49-73).

Ölçüm modelleri göstergeye bağlı değişkenlerle gizil değişkenler arasındaki yapısal ilişkileri belirlemek için yapılmaktadır. Ölçme modelinde gizil değişkenlerden göstergelere giden tek uçlu oklar, bu değişkenin (göstergenin), gizil değişken yapısıyla ilişkilendirilebilen regresyon katsayılarını açıklamaktadır. Her bir gösterge değişkenine ise dışarıdan uzanan tek yönlü oklar, o değişkenliğe ait hesaplanan hata oranlarını vermektedir. Bu hatalar ölçümleme eşitliğindeki hatadan çok göstergelere ilişkin hataya karşılık gelmekte ve bunların ölçüm hatası olarak değerlendirilmektedir (Palancı, 2004: 9).

Tablo 16'da araştırmada kullanılan ölçme modeli için eşitlikler ve LISREL gösterimi verilmiştir. Dışsal yapı olarak tanımlanan ekstrem spor güdüsü (sosyalleşme, değerler, heyecan ve macera arama, fiziksel fitness ve stres atma) kırk gösterge ile ölçülmektedir. Üç içsel yapı ise (algılanan değer, algılanan tatmin ve davranışsal niyetler) toplam on iki gösterge ile ölçülmektedir.

**Tablo 17: Yol Analizi için Ölçme Modeli Eşitlikleri**

Dışsal Göstergeler		Dışsal Yapılar	Hata	
X1	= $\lambda_{x1,1}\zeta_1$	$\zeta_1$ Sosyalleşme	+ $\zeta_{1,1}$	
X2	= $\lambda_{x2,1}\zeta_1$		+ $\zeta_{2,2}$	
X3	= $\lambda_{x3,1}\zeta_1$		+ $\zeta_{3,3}$	
X4	= $\lambda_{x4,1}\zeta_1$		+ $\zeta_{4,4}$	
X5	= $\lambda_{x5,1}\zeta_1$		+ $\zeta_{5,5}$	
X6	= $\lambda_{x6,1}\zeta_1$	$\zeta_2$ Değerler	+ $\zeta_{6,6}$	
X7	= $\lambda_{x7,1}\zeta_1$		+ $\zeta_{7,7}$	
X8	= $\lambda_{x8,1}\zeta_2$		+ $\zeta_{8,8}$	
X9	= $\lambda_{x9,1}\zeta_2$		+ $\zeta_{9,9}$	
X10	= $\lambda_{x10,1}\zeta_2$		+ $\zeta_{10,10}$	
X11	= $\lambda_{x11,1}\zeta_2$		+ $\zeta_{11,11}$	
X12	= $\lambda_{x12,1}\zeta_2$		+ $\zeta_{12,12}$	
X13	= $\lambda_{x13,1}\zeta_2$		+ $\zeta_{13,13}$	
X14	= $\lambda_{x14,1}\zeta_2$		+ $\zeta_{14,14}$	
X15	= $\lambda_{x15,1}\zeta_2$		+ $\zeta_{15,15}$	
X16	= $\lambda_{x16,1}\zeta_2$	$\zeta_3$ Heyecan ve Macera Arama	+ $\zeta_{16,16}$	
X17	= $\lambda_{x17,1}\zeta_2$		+ $\zeta_{17,17}$	
X18	= $\lambda_{x18,1}\zeta_2$		+ $\zeta_{18,18}$	
X19	= $\lambda_{x19,1}\zeta_2$		+ $\zeta_{19,19}$	
X20	= $\lambda_{x20,1}\zeta_3$		+ $\zeta_{20,20}$	
X21	= $\lambda_{x21,1}\zeta_3$		+ $\zeta_{21,21}$	
X22	= $\lambda_{x22,1}\zeta_3$		+ $\zeta_{22,22}$	
X23	= $\lambda_{x23,1}\zeta_3$		+ $\zeta_{23,23}$	
X24	= $\lambda_{x24,1}\zeta_3$		+ $\zeta_{24,24}$	
X25	= $\lambda_{x25,1}\zeta_3$		+ $\zeta_{25,25}$	
X26	= $\lambda_{x26,1}\zeta_3$	$\zeta_4$ Fiziksel Fitness	+ $\zeta_{26,26}$	
X27	= $\lambda_{x27,1}\zeta_4$		+ $\zeta_{27,27}$	
X28	= $\lambda_{x28,1}\zeta_4$		+ $\zeta_{28,28}$	
X29	= $\lambda_{x29,1}\zeta_4$		+ $\zeta_{29,29}$	
X30	= $\lambda_{x30,1}\zeta_4$		+ $\zeta_{30,30}$	
X31	= $\lambda_{x31,1}\zeta_4$		+ $\zeta_{31,31}$	
X32	= $\lambda_{x32,1}\zeta_4$		+ $\zeta_{32,32}$	
X33	= $\lambda_{x33,1}\zeta_4$		+ $\zeta_{33,33}$	
X34	= $\lambda_{x34,1}\zeta_5$		$\zeta_5$ Stres Atma	+ $\zeta_{34,34}$
X35	= $\lambda_{x35,1}\zeta_5$			+ $\zeta_{35,35}$
X36	= $\lambda_{x36,1}\zeta_5$	+ $\zeta_{36,36}$		
X37	= $\lambda_{x37,1}\zeta_5$	+ $\zeta_{37,37}$		
X38	= $\lambda_{x38,1}\zeta_4$	+ $\zeta_{38,38}$		
X39	= $\lambda_{x39,1}\zeta_4$	+ $\zeta_{39,39}$		
X40	= $\lambda_{x40,1}\zeta_4$	+ $\zeta_{40,40}$		
İçsel Göstergeler		İçsel Yapılar		
Y1	= $\lambda_{y1,1}\eta_1$	Algılanan Değer	+ $\zeta_{1,1}$	
Y2	= $\lambda_{y2,1}\eta_1$		+ $\zeta_{2,2}$	
Y3	= $\lambda_{y3,1}\eta_1$		+ $\zeta_{3,3}$	
Y4	= $\lambda_{y4,1}\eta_2$	Algılanan Tatmin	+ $\zeta_{4,4}$	
Y5	= $\lambda_{y5,1}\eta_2$		+ $\zeta_{5,5}$	
Y6	= $\lambda_{y6,1}\eta_2$		+ $\zeta_{6,6}$	
Y6	= $\lambda_{y7,1}\eta_2$	Davranışsal Niyetler	+ $\zeta_{7,7}$	
Y7	= $\lambda_{y8,1}\eta_3$		+ $\zeta_{8,8}$	
Y8	= $\lambda_{y9,1}\eta_3$		+ $\zeta_{9,9}$	
Y9	= $\lambda_{y10,1}\eta_3$		+ $\zeta_{10,10}$	
Y10	= $\lambda_{y11,1}\eta_3$		+ $\zeta_{11,11}$	
Y11	= $\lambda_{y12,1}\eta_3$		+ $\zeta_{12,12}$	
Y12	= $\lambda_{y13,1}\eta_3$		+ $\zeta_{13,13}$	

#### 4. Girdi Matris Türünün Seçilmesi ve Önerilen Modelin Hesaplanması

YEM’de yer alan parametlerin tahmininin ve modelin anlamlılığının sınanmasında dördüncü aşamada tanımlanan girdi matrisinin seçimini, hesap sürecinin seçimini ve modelin hesaplanma sürecini içermektedir. YEM analizlerinde ham data değil, ham datadan üretilmiş korelasyon ya da kovaryans matrisleri kullanılarak analizler gerçekleştirilmektedir. Kovaryans matrisi farklı popülasyonlar ya da örneklemelerin özelliklerinin karşılaştırılması avantajına sahiptir. Kovaryans matrisinde katsayılar, yapılar için ölçüm üniteleri üzerinden yorumlanmaktadır. Bunun yanı sıra, kovaryans matrisi bir teori test etmek istenildiğinde tercih edilmektedir. Korelasyon matrisi ise, oluşturulan modelde doğrudan katsayıların karşılaştırılmasına olanak sağlamanın yanı sıra sadece yapılar arası ilişki şekilleri ortaya konmak istenildiğinde kullanılmaktadır. Bu durumda korelasyon matrisi, bir yapı tarafından açıklanmaya çalışılan değişkenliğin elde edilmesine imkan vermemektedir. Ayrıca, korelasyon matrisi kullanıldığında bir yapının toplam varyansı açıklanamamaktadır (Hair ve ark., 1995: 636). Geçerli nedensel ilişkilerin ve yapılarca açıklanan toplam değişimin elde edilmesi için kovaryans matrisinin kullanılmasının daha uygun olduğu ifade edilmektedir. Tez çalışmasında, bir teori test edileceği, yöntem varsayımlarının karşılandığı ve nedensel ilişkiler serisini test etmek için verilerin uygun olmasından dolayı kovaryans matrisi kullanılması gerektiği düşünülmektedir (Jöreskog ve ark., 2001: 209).

YEM hesaplama süreci için çeşitli seçenekler bulunmaktadır. Ancak en sık kullanılan teknik En Yüksek Olabilirlik Kestirimi (MLE) (Maximum Likelihood Estimation) yöntemidir. Eğer data normal dağılıma sahipse ve sürekli değişkenlerden oluşuyorsa analiz için MLE kullanılmaktadır (Şimşek, 2007: 55). Bu yöntemin kullanılabilmesi için, test/ölçek maddelerinde çok değişkenli normallik özelliğinin sağlanmış olması gerekmektedir. Alan yazını incelendiğinde verilerin basıklık ve çarpıklık değerleri farklı şekillerde ifade edilmektedir. Örneğin; West ve ark., (1995), Şencan, (2005) ve Şimşek, (2007) basıklık ve çarpıklık katsayılarının  $\pm 2$  ve  $\pm 7$  arasında olmasının yeterli sayılabileceğini belirtmektedir. Benzer şekilde, Kline (1998) çok daha esnek olan  $\pm 3$  ve  $\pm 8$  basıklık ve çarpıklık katsayılarını önermektedir. Bu değerlerin aksine Karaca ve ark., (2011) ve Pallant (2001) basıklık ve çarpıklık katsayısının  $\pm 2$  ile  $\pm 2$  arasında olması gerektiğini vurgulamaktadır. Daha muhafazakar bir bakış açısı gösteren araştırmacılarda bulunmaktadır. Örneğin, Stuart ve Ord (1987), Wuensch (2005a), Wuensch (2005a), Aggarwal (1989) gibi araştırmacılar basıklık ve çarpıklık katsayılarının  $\pm 0$  ve  $\pm 3$  arasında olması gerektiğini ileri sürmektedir. Veriler beş

dereceli (1 “kesinlikle katılmıyorum”... “kesinlikle katılıyorum”) likert tipi ölçeklerle sağlanmış eşit aralıklı ölçek verileridir. Bu sebeplerden dolayı LISREL’de MLE yöntemi ile elde edilen kovaryans matrisi üzerinden analizler gerçekleştirilecektir. Sosyal bilimlerde psikoloji ve eğitim araştırmalarında likert tipi derecelenmeli ölçekler kullanılarak ölçülen tutum, kaygı, ilgi gibi değişkenlerin gerçekte sıralama ölçeği verisi olmasına rağmen, araştırmacılar tarafından daha güçlü istatistikler kullanabilmek amacıyla aralık ölçeği verisi olarak kabul edildiği görülmektedir (Büyüköztürk, 2003: 4). Çok değişkenli normallik varsayımı karşılandığında MLE en etkin ve en objektif seçenektir (Hair ve ark., 1995: 577-659). Tez çalışmasında da çok değişkenli normallik varsayımı karşılandığı için MLE yöntemi kullanılmıştır.

## 5. Yapısal Modelin Tanımlanması

Sonuçlar incelemenden önce model mutlaka tanımlanmalıdır. LISREL programı modelin tanımlanmasını ve hemen hemen tüm problemlerin ortaya çıkarılmasını sağlamaktadır. Yapısal modelin tanımlanmasında minimum kuralına dikkat edilmesi gerekmektedir. Bu kural, bir modeldeki bilinen değerlerin sayısının, serbest parametrelerin sayısına eşit ya da daha fazla olmasıdır (Sümer, 2000:49-73). Tez çalışmasında minimum kuralına dikkat edilmiştir. Tanımlamanın minimum kuralına uymaması durumunda, bilgisayar yazılımları hata ile sonlanmaktadır. Bu nedenle analiz sırasında tanımlama hatalarına karşı çok dikkatli olunması gerekmektedir.

Modelin tanımlanması doğru parametre tahminleri yapabilmenin ön koşuludur. Tanımlama için koşul: Bilinmeyen parametre sayısının bilgi parçasına eşit ya da daha fazla olması gerekmektedir. Bollen (1989)’e göre her faktör için üç maddeye sahip olunursa, model tanımlanabilir. Bu bağlamda, tez çalışması kapsamında oluşturulan modelde her faktör için en az üç madde kullanılmıştır. Bunun yanı sıra,  $> 1.00$  korelasyonlar ve negatif varyanslar varsa, beklenenden ya daha büyük, ya daha küçük ya da yanlış işarete sahip olduğu görülen korelasyon faktör yükleri olduğunda tanımlama doğru yapılamayabilmektedir.

Tanımlama probleminin belirtileri; (1) çok büyük standart hatalar ya da fazla katsayı, (2) bilgi matrisini ters çevirmek için programın yetersizliği, (3) mantıklı olmayan tahminler ya da mümkün olmayan tahminler (örneğin negatif hata varyansı) ve (4) yüksek korelasyon ( $+0.90$  ya da daha fazla) olarak ifade edilmektedir (Hair ve ark., 1995: 577-659).

Tanımlama problemleri için birkaç kaynak vardır. Bunlar: (1) küçük serbestlik, (2) karşılıklı etkilerin kullanımı (yapılar arasındaki iki yönlü oklar), (3) bir yapının ölçümünü fiksleme hatası, (4) basıklık, (5) çarpıklık, (6) değişen varyans (heteroscedasticity), (7) çoklu doğrusallık (multicollinearity), (8) tekillik, (9) otokorelasyondur (Reisinger ve Turner, 1999: 79).

Tanımlama probleminin potansiyel çözümleri ise: (1) hesaplanan katsayılardan bazılarını elemek (yol analizinde yolların silinmesi), (2) mümkünse yapıların hata varyanslarının ölçümünü fikslemek, (3) güvenilir olduğu bilinen herhangi yapısal katsayıyı fikslemek, (4) bazı problemlerle değişkenleri elemek (yüksek korelasyonlu değişkenler, gereksiz/gereğinden fazla değişkenler) ve (5) kayıp değerleri ve aykırılıkları gözden geçirmektir. (Hair ve ark., 1995: 577-659). Model tanımlama aşamasında tanımlama modellerinin belirtilerine, tanımlama probleminin kaynaklarının neler olduğuna ve çözümleme kaynaklarının potansiyel çözümlerine dikkat edilmiştir.

## **6. Uyum İyiliği Kriterlerinin Değerlendirilmesi**

Önceden belirlenen modelin (teorik) elde edilen veriyi ne kadar iyi açıkladığı uyum iyiliği indeksleri ile belirlenmektedir. Uyum iyiliği testleri modelin kabul edilmesi ve reddedilmesi kararının verildiği aşamadır. Eğer modelin tamamı uyum iyiliği testleri sonucunda reddedilirse model içindeki katsayıların veya parametrelerin bir önemi kalmamaktadır ve parametreler değerlendirilemez duruma gelmektedir. Öncelikle modelin tamamının kabul edilmesi gerekir, bunun ardından katsayıların anlamlılığı irdelenebilmektedir. LISREL programı 15 adet uyum iyiliği testine yer vermektedir. Genelde bu uyum iyiliği indekslerinden en az 4 en fazla 8 tanesi model açıklanırken kullanılmaktadır. Uyum iyiliği testinin yüksek çıkması modelin bütün parçalarının iyi uyum sağladığı anlamına gelmemektedir. Modelin ölçtüğü olgunun aynısını ölçen başka eşitlikler veya modeller de aynı uyum düzeyine sahip sonuçlar verebilir. Dolayısıyla uyum iyiliği, modelin iyi bir model olduğunu ispatlanamamakta ama kötü bir model olduğunu kesinlikle ispatlamaktadır. Ayrıca uyum iyiliğinin düşük çıkması modelin yapısal olarak kesin bir şekilde kötü kurulduğu anlamına gelmemektedir. Ölçme modelinin iyi belirlenmemesi de bu olumsuz sonucu meydana getirebilmektedir (Ayyıldız ve Cengiz, 2006: 63-84)

Uyum iyiliği istatistikleri modelin kabul edilip edilemeyeceğine ilişkin birtakım kabul edilebilir sınır değerler kullanılarak yorumlanmaktadır. YEM’de üç tür uyum iyiliği ölçümü bulunmaktadır. Bunlar mutlak uyum ölçüleri (absolute fit measures), artan uyum ölçüleri (incremental fit measures) ve basit uyum ölçüleri (parsimonous fit measures)’dir. Tez çalışmasında DFA analizi kullanılmıştır. Bu sebeple, DFA analizleri ile kurulan modellerin verilere uyumunun değerlendirilmesinde Ki-Kare Uyum Testi (Chi-Square Goodness,  $X^2$ ), Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation, RMSEA), Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index, CFI), Fazlalık Uyum İndeksi (Incremental Fit Index, IFI), Normlandırılmamış Uyum İndeksi (Non-Normed Fit Index, NNFI), Ortalama Hataların Karekökü (Root Mean Square Residuals, RMR), Normlandırılmış Uyum İndeksi (Normed Fit Index, NFI), Uyum İyiliği İndeksi (Goodness of Fit Index, GFI), Basit Normlandırılmış Uyum İndeksi (Pasimony Normed Fit Index, PNFI) ve Uyarlanmış Uyum İyiliği İndeksi (Adjusted Goodness-of-fit index, AGFI) gibi uyum indekslerine bakılarak değerlendirme yapılmaktadır (Anderson ve Gerbing, 1984: 411-423; Hu ve Bentler, 1999: 1-55; Akın ve ark., 2007: 1-10; Yılmaz ve Çelik 2009: 41; Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003: 23-74). Table 18’de en çok kullanılan uyum ölçütlerinin kabul edilebilir sınır değerleri verilmiştir.

**Tablo 18: Model Uyum Değerleri ve Standart Uyum Ölçütleri**

UYUM ÖLÇÜLERİ	İYİ UYUM	KABUL EDİLEBİLİR
<b>X<sup>2</sup></b>	$0 \leq x^2 \leq 2sd$	$2sd \leq x^2 \leq 3sd$
<b>X<sup>2</sup>/sd</b>	$0 \leq X^2/sd \leq 2$	$2 \leq X^2/sd \leq 3$
<b>RMSEA</b>	$0 < RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$
<b>RMR</b>	$0 \leq RMR \leq 0,05$	$0,05 < RMR \leq 0,10$
<b>SRMR</b>	$0 \leq SRMR \leq 0,05$	$0,05 < SRMR \leq 0,10$
<b>NFI</b>	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$
<b>NNFI</b>	$0,97 \leq NNFI \leq 1$	$0,95 \leq NFI \leq 0,97$
<b>CFI</b>	$0,97 \leq CFI \leq 1$	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$
<b>GFI</b>	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI \leq 0,95$
<b>RFI</b>	$0,95 \leq RFI \leq 1$	$0,90 \leq RFI \leq 0,95$
<b>AGFI</b>	$0,90 \leq AGFI \leq 1$	$0,85 \leq AGFI \leq 0,90$

**Kaynak:** Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003: 23-74; Hair ve ark., 1998:577-659; Jöreskog ve Sörbom, 1996: 11.



## 6. ARAŞTIRMA BULGULARI

Tez çalışmasında verilerin analiz edilmesinde tanımlayıcı istatistikler, varyans analizi, açıklayıcı faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modellemesinden yararlanılmıştır.

### 6.1. Araştırma Kapsamında Gerçekleştirilen Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırma kapsamında örneklemden toplanan karmaşık verilerin özet bir bilgisinin verilmesi ve sayısal olarak ifade edebilmesi amacıyla tez çalışması kapsamında araştırmaya katılan örneklem grubunun tanımlayıcı istatistikleri yüzde ve frekans olarak verilmiştir.

#### 6.1.1. Ekstrem Spor Katılımcılarının Demografik Özelliklerinin Tanımlayıcı İstatistikleri

Araştırma kapsamında örneklem grubunun altı demografik özelliği incelenmiştir. Bunlar; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek ve gelir durumudur. Tablo 18'de örneklem grubunun demografik özellikleri verilmiştir.

**Tablo 19: Araştırmaya Katılan Örneklem Grubunun Demografik Özelliklerinin Tanımlayıcı İstatistik Bulguları**

<b>DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER</b>	<b>Frekans n</b>	<b>Yüzde (%)</b>
<b><u>Cinsiyet</u></b>		
Erkek	907	57,6
Kadın	667	42,4
<b><u>Yaş</u></b>		
12-14	86	5,5
15-17	204	13,0
18-20	275	17,5
21-23	303	19,3
24-26	218	13,9
27-29	161	10,2
30-32	142	9,0
33-35	96	6,1
36-47	89	5,6
<b><u>Medeni Durum</u></b>		
Evli	219	13,9
Bekar	1355	86,1

<b><u>Eğitim Durumu</u></b>		
İlköğretim	106	6,7
Ortaöğretim	459	29,2
Ön lisans/Lisans	902	57,3
Lisansüstü	107	6,8
<b><u>Meslek</u></b>	1574	100
İşçi	46	2,9
Memur	126	8,0
Emekli	14	,9
Öğrenci	919	58,4
Esnaf	176	11,2
Serbest Meslek	191	12,1
Yönetici	89	5,7
Diğer	13	,8
<b><u>Gelir Düzeyi</u></b>		
1.000 TL ve daha az	114	7,2
1.001-2.000 TL arası	440	28,0
2.001-3.000 TL arası	313	19,9
3.001-4.000 TL arası	258	16,4
4.001-5.000 TL arası	282	17,9
6.001 TL ve daha fazla	167	10,6

Tablo 19 incelendiğinde örneklem grubunun %57,6'sı erkek, %42,9,4'ü kadınlardan oluşmaktadır. Örneklem grubunun en fazla oranda (%19,3) katılım sağladığı yaş aralığı 21-23'dür. Örneklem grubunun medeni durumu büyük oranda (%86,1) bekarlıdır. Örneklem grubunun yarıdan fazlasının (%57,9,3) ön lisans/lisans düzeyinde eğitim durumuna sahip olduğu ve (%58,9)'nun öğrencilerden meydana geldiği görülmektedir. Gelir düzeylerinin ise (%28) oranında 1001-2000 TL arasında olduğu saptanmıştır.

### **6.1.2. Ekstrem Spor Katılımcılarının Kişisel Özelliklerinin Tanımlayıcı İstatistikleri**

Tez çalışmasında, örneklem grubunun branşı, branş deneyimi, statüsü, haftada kaç gün uyguladığı, günde kaç saat uyguladığı, ekstrem olmayan spor branşı, uluslararası resmi turnuvaya katılımı, özel ulusal turnuvaya katılımı özel uluslararası turnuvaya katılımı, ulusal resmi turnuva katılımı, ekstrem olmayan spor branşı, antrenörü, branş ile ilgili aylık harcaması, sponsorluğu, internette ekstrem spor ile ilgili site üyeliği ve ekstrem sporları takip ettiği kitle iletişim araçları örneklem grubunun kişisel özelliklerini oluşturmaktadır. Tablo 20'de örneklem grubunun kişisel özellikleri verilmiştir.

**Tablo 20: Örneklem Grubu Kişisel Özelliklerinin Tanımlayıcı İstatistik Bulguları**

<b>KİŞİSEL ÖZELLİKLER</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b><u>Brans</u></b>		
Kaya/Uçurum Atlayışı	36	2,3
Yamaç Paraşütü	153	9,7
Gökyüzü Dalışı	32	2,0
BMX	98	6,2
Dağ Bisikleti	123	7,8
Agresif Paten	83	5,3
Kaya Tırmanışı	136	8,6
Serbest Dalış	40	2,5
Kay Kay	101	6,4
Kar Sörfü	105	6,7
Su Sörfü	125	7,9
Delta Kanat	132	8,4
Uçurtma Sörfü	78	5,0
Rüzgar Sörfü	123	7,8
Ekstrem Motokros	93	5,9
Elastik İp Atlayışı	37	2,4
Parkur/Serbest Koşu	79	5,0
<b><u>Brans Denevimi</u></b>		
1-3 yıl veya daha az	669	42,5
4-6 yıl	534	33,9
7-9 yıl	162	10,3
10-12 yıl	134	8,5
13-27 yıl arası	73	4,6
<b><u>Katılım Statüsü</u></b>		
Yarışmacı	233	14,8
Yarı Yarışmacı	413	26,2
Yarışmacı Değil	928	59,0
<b><u>Haftada Kaç Gün Spor Yaptığı</u></b>		
1 gün	311	19,8
2 gün	546	34,7
3 gün	270	17,2
4 gün	151	9,6
5 gün	125	7,9
6 gün	53	3,4
7 gün	118	7,5
<b><u>Günde Kaç Saat Spor Yaptığı</u></b>		
1 saat ve daha az	272	17,3
2 saat	452	28,7
3 saat	274	17,4
4 saat	181	11,5
5 saat	204	13,0
6 saat	114	7,2
7 saat ve daha fazla	77	4,9

<b><u>Ulusal Resmi Turnuva Katılımı</u></b>		
Evet	493	31,2
Hayır	1083	68,8
<b><u>Uluslararası Resmi Turnuvaya Katılım</u></b>		
Evet	283	18,0
Hayır	1291	82,0
<b><u>Özel Ulusal Turnuvaya Katılım</u></b>		
Evet	501	31,8
Hayır	1073	68,2
<b><u>Özel Uluslararası Turnuvaya Katılım</u></b>		
Evet	244	15,5
Hayır	1330	84,5
<b><u>Antrenörü</u></b>		
Evet	355	22,6
Hayır	1219	76,4
<b><u>Ekstrem Olmayan Spor Branşı</u></b>		
Hayır	437	27,8
Futbol	488	31,0
Basketbol	123	7,8
Voleybol	92	5,8
Yüzme	151	9,6
Fitness	162	10,3
Dövüş Sporları	51	3,2
Raket Sporları	70	4,4
<b><u>Kitle İletişim Aracı</u></b>		
Kitap	15	1,0
Dergi	64	4,1
Gazete	6	0,4
TV	230	14,6
İnternet	1259	80,0
<b><u>İnternette Site Üveliği</u></b>		
Evet	568	36,1
Hayır	1066	63,9
<b><u>Sponsorluk</u></b>		
Evet	130	8,3
Hayır	1444	91,7
<b><u>Branş ile ilgili Aylık Harcama</u></b>		
100 TL ve daha az	389	24,7
101 TL – 200 TL	351	22,3
201 TL – 300 TL	274	17,4
301 TL – 400 TL	160	10,2
401 TL – 500 TL	100	6,4
501 TL – 600 TL	110	7
601 TL – 700 TL ve daha fazla	190	12

Örnekleme grubunun kişisel özelliklerinin araştırma bulguları incelendiğinde, en fazla katılımın sağlandığı ekstrem spor branşının %9,7 oranında yamaç paraşütü olduğu, %42,5 oranında branşla ilgili 1-3 yıl arasında deneyime sahip olduğu, %59'nun ekstrem spor

etkinliğine katılım statüsünün yarışmacı düzeyinde olmadığı, %34,7'nin haftada iki gün, %28,7'nin günde iki saat ekstrem spor yaptığı, %68,8'nin ulusal resmi turnuvaya katılım sağlamadığı, %82'sinin uluslararası resmi turnuvaya katılım sağlamadığı, %68,2'sinin özel ulusal turnuvaya katılım sağlamadığı, %84,5'nin özel uluslararası turnuvaya katılım sağlamadığı, %76,4'nün bir antrenörünün olmadığı, %31'i geleneksel spor olarak futbolla ilgilendiği, ekstrem sporları takip etmek için %80'ninin kitle iletişim aracı olarak interneti kullandığı, %91,7'sinin bir sponsora sahip olmadığı ve %24,7'sinin ekstrem spor branşı ile ilgili aylık harcama miktarının aylık 100 TL ve aşağısı olduğu saptanmıştır.

### 6.1.3. Ekstrem Spor Katılımcılarının Diğer Ekstrem Spor Branşlarını Yapma ve Ekstrem Spor Yaptıkları Alanları Kullanma Sıklıklarının Tanımlayıcı İstatistikleri

Tez çalışmasında, örneklem grubunun diğer ekstrem spor branşlarını yapma sıklıkları kaya/uçurum atlayışı, yamaç paraşütü, gökyüzü dalışı, bmx, dağ bisikleti, agresif paten, kaya tırmanışı, serbest dalış, kay kay, kar sörfü, su sörfü, delta kanat, uçurtma sörfü, rüzgar sörfü, ekstrem motokros, elastik ip atlayışı ve parkur/serbest koşudan oluşmaktadır. Bu branşları uyguladıkları alanlar olan cadde, sokak, boş arazi, dinlenme parkları, oyun parkları, belediyeye ait skate park, şahısa ait skate park, doğal ortam (nehir, kaya, yamaç, orman vb), araç parklarını kullanım sıklıkları ise örneklem grubunun ekstrem spor yaptıkları alanları temsil etmektedir. Tablo 21'de örneklem grubunun diğer ekstrem spor branşlarını yapma ve ekstrem spor yaptıkları alanları kullanma sıklıklarının tanımlayıcı istatistikleri verilmiştir.

**Tablo 21: Örneklem Grubunun Diğer Ekstrem Spor Branşlarını Yapma ve Ekstrem Spor Yaptıkları Alanları Kullanma Sıklıklarının Tanımlayıcı İstatistik Bulguları**

<b>DİĞER EKSTREM SPORLARI YAPMA SIKLIĞI</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>X</b>	<b>SS</b>
<b><u>Kaya/Uçurum Atlayışı</u></b>			1,4809	1,12841
Hiç	1288	81,8		
Az	59	3,7		
Orta	73	4,6		
Sık	64	4,1		
Çok Sık	90	5,7		
<b><u>Yamaç Paraşütü</u></b>			1,8609	1,46164
Hiç	1104	70,1		
Az	86	5,5		
Orta	83	5,3		
Sık	101	6,4		
Çok Sık	200	12,7		

<b><u>Gökyüzü Dalışı</u></b>				
Hiç	1241	78,8	1,5464	1,18480
Az	87	5,5		
Orta	66	4,2		
Sık	79	5,0		
Çok Sık	101	6,4		
<b><u>BMX</u></b>				
Hiç	818	52,0	2,2338	1,47881
Az	132	8,4		
Orta	261	16,6		
Sık	164	10,4		
Çok Sık	199	12,6		
<b><u>Dağ Bisikleti</u></b>			2,1652	1,50630
Hiç	864	54,9		
Az	169	10,7		
Orta	187	11,9		
Sık	125	7,9		
Çok Sık	229	14,5		
<b><u>Agresif Paten</u></b>			1,5515	1,20217
Hiç	1236	78,5		
Az	97	6,2		
Orta	75	4,8		
Sık	43	2,7		
Çok Sık	123	7,8		
<b><u>Kaya Tırmanışı</u></b>			1,7770	1,25885
Hiç	1026	65,2		
Az	183	11,6		
Orta	180	11,4		
Sık	60	3,8		
Çok Sık	125	7,9		
<b><u>Serbest Dalış</u></b>			1,8075	1,33482
Hiç	1068	67,9		
Az	113	7,2		
Orta	163	10,4		
Sık	88	5,6		
Çok Sık	142	9,0		
<b><u>Kay Kay</u></b>			1,7008	1,27424
Hiç	119	71,1		
Az	140	8,9		
Orta	113	7,2		
Sık	71	4,5		
Çok Sık	131	8,3		
<b><u>Kar Sörfü</u></b>			1,6328	1,26163
Hiç	1191	75,7		
Az	93	5,9		
Orta	100	6,4		
Sık	57	3,6		
Çok Sık	133	8,4		

<b><u>Su Sörfü</u></b>			1,6576	1,31460
Hiç	1202	76,4		
Az	78	5,0		
Orta	75	4,8		
Sık	69	4,4		
Çok Sık	150	9,5		
<b><u>Delta Kanat</u></b>			1,4492	1,12856
Hiç	1317	83,7		
Az	57	3,6		
Orta	57	3,6		
Sık	36	2,3		
Çok Sık	107	6,8		
<b><u>Uçurtma Sörfü</u></b>			1,5108	1,20534
Hiç	1295	82,3		
Az	52	3,3		
Orta	52	3,3		
Sık	52	3,3		
Çok Sık	123	7,8		
<b><u>Rüzgar Sörfü</u></b>			1,5915	1,30779
Hiç	1267	80,5		
Az	49	3,1		
Orta	57	3,6		
Sık	38	2,3		
Çok Sık	165	10,5		
<b><u>Ekstrem Motokros</u></b>			1,5222	1,24258
Hiç	1301	82,7		
Az	46	2,9		
Orta	52	3,3		
Sık	28	1,8		
Çok Sık	147	9,3		
<b><u>Elastik İp Atlayışı</u></b>			1,2783	,87710
Hiç	1390	88,3		
Az	63	4,0		
Orta	48	3,0		
Sık	13	0,8		
Çok Sık	60	3,8		
<b><u>Parkur/Serbest Koşu</u></b>			1,4727	1,15001
Hiç	1297	82,4		
Az	67	4,3		
Orta	73	4,6		
Sık	17	1,1		
Çok Sık	120	7,6		
<b>EKSTREM SPOR YAPILAN ALANLARIN KULLANIM SIKLIĞI</b>				
<b><u>Cadde</u></b>			2,4428	1,51331
Hiç	688	43,7		
Az	175	11,7		
Orta	282	17,9		
Sık	184	11,7		
Çok Sık	245	15,6		

<b>Sokak</b>			2,4524	1,49079
Hiç	667	42,4		
Az	184	11,7		
Orta	297	18,9		
Sık	196	12,5		
Çok Sık	230	14,6		
<b>Boş Arazi</b>			2,7783	1,52987
Hiç	523	33,2		
Az	164	10,4		
Orta	347	22,0		
Sık	219	13,9		
Çok Sık	321	20,4		
<b>Dinlenme Parkları</b>			1,9352	1,34353
Hiç	950	60,4		
Az	173	11,0		
Orta	181	11,5		
Sık	143	9,1		
Çok Sık	127	8,1		
<b>Oyun Parkları</b>			1,6595	1,15639
Hiç	1087	89,1		
Az	173	11,0		
Orta	164	10,4		
Sık	63	4,0		
Çok Sık	87	5,5		
<b>Belediyeye Ait Skate Park</b>			1,6137	1,17484
Hiç	1150	73,1		
Az	142	9,0		
Orta	119	7,6		
Sık	66	4,2		
Çok Sık	97	6,2		
<b>Sahısa Ait Skate Park</b>			1,5839	1,19344
Hiç	1208	76,7		
Az	83	5,3		
Orta	119	7,6		
Sık	58	3,7		
Çok Sık	106	6,7		
<b>Doğar Ortam (Nehir, Kaya, Yamaç, Orman vb)</b>			4,2154	1,31546
Hiç	143	9,1		
Az	73	4,6		
Orta	151	9,6		
Sık	142	9,0		
Çok Sık	1065	67,7		
<b>Araç Parkları</b>			1,4320	,96217
Hiç	1236	78,5		
Az	147	9,3		
Orta	82	5,2		
Sık	67	4,3		
Çok Sık	42	2,7		



Örneklem grubunun diğer ekstrem sporları yapma sıklığı ile ilgili bulgular incelendiğinde %5,7'sinin kaya/uçurum atlayışı, %12,7'sinin yamaç paraşütü, %6,4'ü gökyüzü dalışı, %12,4'ünün BMX, %14,5'inin dağ bisikleti, %7,8'sinin, %7,9'nun kaya tırmanışı, %9'nun serbest dalış, %8,3'ünün kaya kay, %8,4'nün kar sörfü, %10,5'nin rüzgar sörfü, %9,3'ünün ekstrem motokros, %3,8'inin elastik ip atlayışı ve %7,6'sının parkur/serbest koşuyu çok sık yaptığı saptanmıştır.

## 6.2. Ekstrem Spor Tüketimine İlişkin Boyutların Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)

Açıklayıcı faktör analizi çalışmanın kavramsal modelinin bileşenlerini (değerler, heyecan ve macera arama, sosyalleşme, fiziksel fitness, stres atma, algılanan değer, algılanan tatin ve davranışsal niyetler) yani ekstrem spor tüketiminin temelinde yatan boyutları belirlemek amacı ile kullanılmıştır. Açıklayıcı faktör analizinde en küçük MSA değeri 0,43 bulunmuştur. MSA değeri 0,50'nin altında olan 1 madde ölçekten çıkarılmıştır. Belirtilen referanslar doğrultusunda, birden fazla faktör altında yer alan, faktör yük değeri 0,40'ın altında olan maddeler işleme alınmamıştır. Dolayısıyla, yapılan faktör analizi sonucu heyecan ve macera arama isimli birinci boyuttan 2 madde, Değerler isimli ikinci boyuttan 5 madde, Sosyalleşme isimli üçüncü boyuttan 2 madde, ve Davranışsal Niyetler isimli sekizinci boyuttan 1 madde çıkarılmış ve ölçek 8 boyutlu hale getirilmiştir. Geriye kalan 37 maddelik ölçeğin toplam varyans ve ortak varyans değerleri incelendiğinde, analize alınan 37 maddenin özdeğeri 1'den büyük 8 faktör altında toplandığı görülmüştür. Bu 8 faktör ölçek toplam varyansın yüzde 59,256'sını açıklamaktadır. Ortak varyanslar (communalities) 0,36 ile 0,65 arasında değişmiştir. 37 maddelik ölçeğin özdeğerlerini gösteren çizgi grafiği Grafik 1'de verilmiştir.

**Grafik 1: Özdeğer Çizgi Grafiği (Scree plot)**



Grafik 1’de öz değerlere göre çizilen çizgi grafiği incelenecek olursa, faktör sayısının 7 ile 9 arasında bir değer olduğu görülmektedir. Bu nedenle faktör sayısının 8 olarak alınmasının uygun bir sayı olduğuna karar verilmiştir. Ekstrem Spor Tüketim Ölçeği’nin birbirinden ilişkisiz faktörlere ayrışması için çeşitli döndürme teknikleri denenmiş ve kolay yorumlanabilir sonuca Varimax dik döndürme tekniği ile ulaşılmıştır. Belirlenen 37 maddenin hangi faktörün altında yer aldığı ve madde yüklerini gösteren çizelge Tablo 22’de verilmiştir.

**Tablo 22: Ekstrem Spor Tüketim Ölçeği’nin Faktör Analizi Sonuçları**

İFADELER	F 1	F2	F 3	F 4	F 5	F6	F7	F8
<b>Heyecan ve Macera Arama</b>								
Risk ve ekstrem spor ayrılmaz bir ikilidir	,565							
Ekstrem spora beni çeken özelliklerinden birinin risk olduğunu düşünüyorum	,610							
Heyecan ekstrem sporların ayrılmaz bir parçasıdır	,722							
Ekstrem sporun hayatıma heyecan kattığını düşünüyorum	,652							
Ekstrem spor, bana zevk veriyor	,612							
Ekstrem spor yaparken içimdeki hazzın çok yükseklerle ulaştığını hissediyorum	,481							
<b>Değerler</b>								
Ekstrem spor özsaygımı geliştiriyor		,526						
Ekstrem spor sayesinde kendi başıma mücadele etmeyi öğrenebiliyorum		,471						
Ekstrem spor sayesinde daha eğlenceli bir yaşamım olduğunu düşünüyorum		,553						
Ekstrem spor yaparken arkadaşlarımla oluşturduğum ortam beni eğlendiriyor		,631						
Ekstrem sporların diğer sporlardan farklı olduğunu düşünüyorum		,657						
Ekstrem sporun bana farklılık kattığını düşünüyorum		,650						
Ekstrem spor sıra dışı olduğumu hissettiriyor		,571						
<b>Sosyalleşme</b>								
Ekstrem spor ortamında bir gruba ait olduğumu hissediyorum			,439					
Ekstrem spor dünyasına ait bir birey olduğumu düşünüyorum			,752					
Ekstrem spor arkadaşlarımla beraber olmamı sağlıyor			,629					
Ekstrem spor yapanlar arasında dostluk söz konusudur			,784					
Ekstrem spor yeni insanlar ile tanışma fırsatı veriyor			,638					
<b>Fiziksel Fitness</b>								
Ekstrem spor tüm vücut kapasitemi kullanmamı sağlıyor				,603				
Ekstrem spor sayesinde vücudumun sınırlarını anlayabiliyorum				,764				
Ekstrem spor sayesinde fiziksel durumumun daha iyi olduğunu düşünüyorum				,759				
Ekstrem spor sayesinde daha sağlıklı yaşayabiliyorum				624				

<b>Stres Atma</b>								
Ekstrem spor stresimi atmama yardımcı oluyor					,673			
Ekstrem spor sonrası zihinsel rahatlık yaşıyorum					,657			
Antrenmandan sonraki yorgunluk bana huzur veriyor					,652			
Yoğun yaşam stresinden uzaklaşmanın en iyi yolu ekstrem spordur					,688			
<b>Algılanan Tatmin</b>								
Ekstrem spor deneyimini yaşadığım ortam beklentilerimi yerine getiriyor						,601		
Her şeyi dikkate aldığımda, bu deneyim beni oldukça memnun ediyor						,753		
En iyi yaptığım şeylerden biri ekstrem spordur						,748		
Ekstrem spor kendimle gurur duymamı sağlıyor						,523		
<b>Algılanan Değer</b>								
Ekstrem spor, onu yapmak konusunda içimde istek uyandırıyor							,728	
Ekstrem spor iyi hissetmemi sağlıyor							,819	
Ekstrem spor bana mutluluk veriyor							,740	
<b>Davranışsal Niyetler</b>								
Ekstrem spor malzemelerim eskidiğinde aynı markadan almayı tercih ederim								,363
Aldığım ekstrem spor ürününü başkalarına da tavsiye ediyorum								,707
Aldığım ekstrem spor ürünün ücreti artsa da aynı marka almayı tercih ederim								,706
Eş, dost ve akrabalarım aldığım ürün hakkında olumlu şeyler söylüyorum								,556
Başka marka ürünleri tercih edebilirim								,636
<b>KMO: 88,2</b>								
<b>Açıklanan Varyans %</b>	<b>23,770</b>	<b>7,666</b>	<b>5,687</b>	<b>5,625</b>	<b>5,123</b>	<b>4,726</b>	<b>3,589</b>	<b>3,070</b>
<b>Cronbach Alpha</b>	<b>,742</b>	<b>,773</b>	<b>,727</b>	<b>,731</b>	<b>,702</b>	<b>,704</b>	<b>,722</b>	<b>,693</b>
<b>Açıklanan Toplam Varyans % 59.256</b>								
<b>Toplam Cronbach Alpha Katsayısı: ,890</b>								

\* 0,40 altındaki maddeler tabloda gösterilmemiştir.

### 6.3. Ekstrem Spor Tüketim Ölçeğinin Boyut Korelasyon Bağıntısı

Ekstrem Spor Tüketim Ölçeği'nin 37 maddeli formunun geçerliği, boyut korelasyon bağıntısı ile incelenmiş ve korelasyon değerleri Tablo 23'de gösterilmiştir.

**Tablo 23: Ekstrem Spor Tüketim Ölçeği Boyutlarının Korelasyon Bağıntısı Bulguları**

BOYUTLAR	1	2	3	4	5	6	7	8	X	SS
1. Değerler	–								4,1291	0,5978
2. Heyecan Macera Arama	,40**	–							4,3068	0,5305
3. Sosyalleşme	,23**	,35**	–						3,8346	0,6887
4. Fiziksel Fitness	,39**	,44**	,23**	–					4,2195	0,4985
5. Stres Atma	,50**	,36**	,19**	,36**	–				4,3621	0,5752
6. Algılanan Tatmin	,37**	,47**	,29**	,38**	,42**	–			4,3338	0,5582
7. Algılanan Değer	,16**	,29**	,24**	,21**	,21**	,26**	–		3,9036	0,8311
8. Davranışsal Niyetler	,36**	,35**	,21**	,27**	,36**	,36**	,23**	–	4,3288	0,5309

\*\* 0.01 düzeyinde anlamlıdır

Tablo 23'de görülebileceği gibi, faktörler arasındaki korelasyonlar 0,16 ile 0,50 arasında değişmektedir. En düşük ilişki “Algılanan Değer” ile “Değerler” faktörleri arasındadır (0.16). En yüksek ilişki ise “Stres Atma” ile “Değerler” faktörü arasındadır (0.50). Faktörlerden Stres Atma ve Değerler faktörü dışındaki diğer tüm faktörlerde pozitif yönde düşük ilişki bulunmaktadır. Dolayısıyla, bu değerler faktörlerin birbirinden bağımsız olduğunu ortaya koymaktadır.

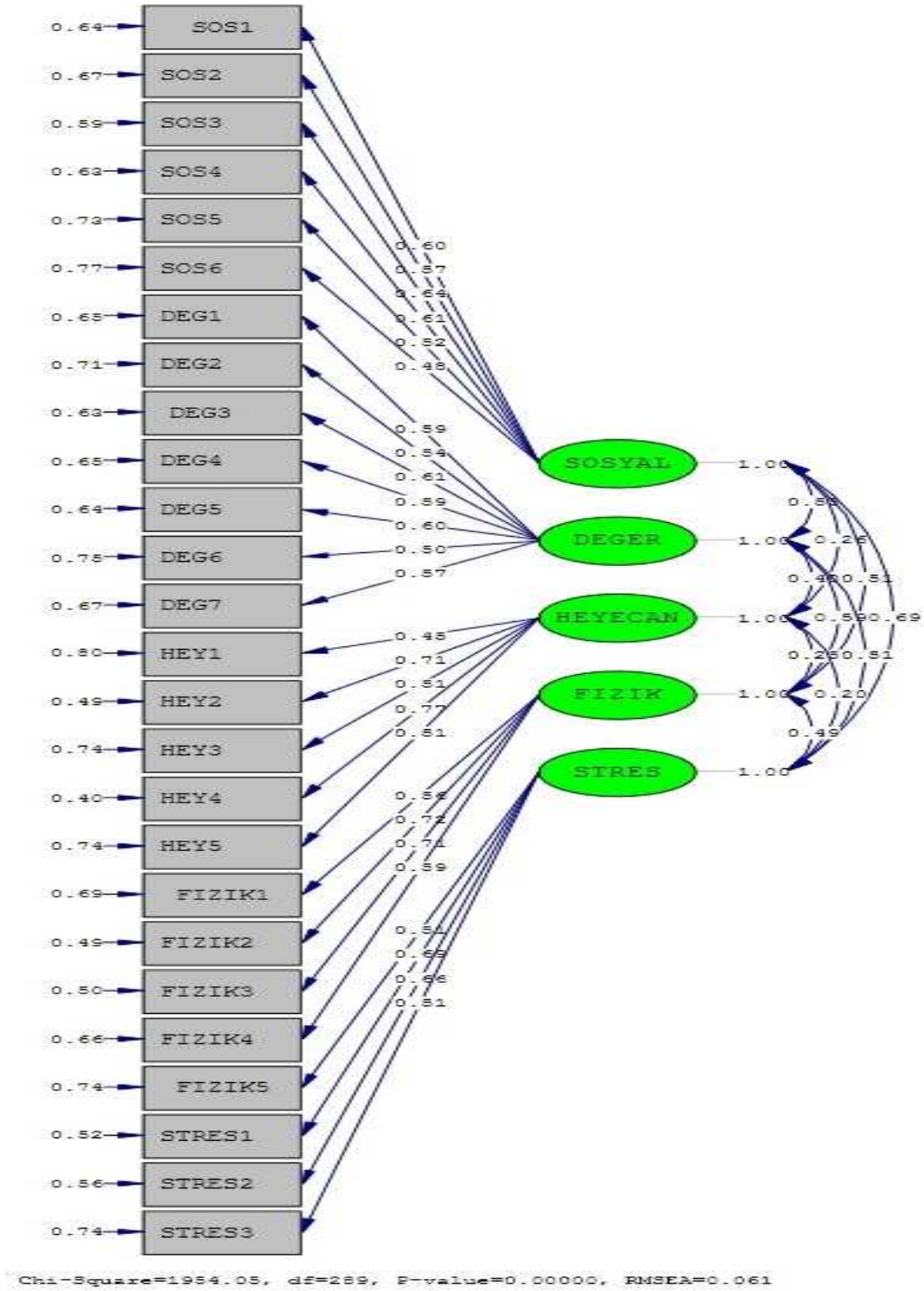
### 6.4. Ekstrem Spor Tüketimine İlişkin Boyutların Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Araştırma kapsamında oluşturulan ölçme modellerinde, gizil değişkenlerin ya da kuramsal yapıların gözlenen değişkenlere nasıl bağlı olduğunu göstermek ve modelin doğruluğunun geçerlenmesi amacıyla DFA analizinden yararlanılmıştır. YEM analizlerinde ham data değil, ham datadan üretilmiş korelasyon ya da kovaryans matrisleri kullanılarak analizler gerçekleştirilmektedir. Eğer data normal dağılıma sahipse ve sürekli değişkenlerden oluşuyorsa analiz için En Yüksek Olabilirlik Kestirim Yöntemi (MLE) kullanılmaktadır (Şimşek, 2007: 55). Bu yöntemin kullanılabilmesi için, test/ölçek maddelerinde çok değişkenli normallik özelliğinin sağlanmış olması gerekmektedir. Değişkenlerin çarpıklık

değeri 2'den küçük, basıklık değeri ise 7'den küçük olmalıdır (West 1995: 28-38; Şencan 2005: 376; Özdamar 1997: 238; Şimşek 2007: 74). Tez çalışmasında, maddelerin çarpıklık değerleri ,604 ve 1,519 arasında basıklık değerleri ise 3,07 ve ,034 arasında değiştiğinden, çok değişkenli normallik özelliği sağlanmıştır. Tez çalışması kapsamında YEM analizinde iki aşamalı yaklaşım uygulanmıştır. Dolayısıyla, öncelikle yapısal modelde yer alacak örtük değişkenlere ilişkin ölçme modelinin test edilmesi ve uygun bir ölçme modeline ulaşıldıktan sonra bu modelin yapısal model içerisinde sabitlenmesi ve modelin bu şekilde test edilmesi gerekmektedir (Şimşek, 2007: 128).

Araştırmanın başında teorik düzeyde ölçme modelini oluşturan beş örtük değişken (faktör ya da yapı) öngörülmüştür. Bu değişkenler; sosyalleşme (7 madde), değerler (12 madde), heyecan ve macera arama (7 madde), fiziksel fitness (4 madde) ve stres atma (4 madde)'dir. Ölçme aracını oluşturmak için yapısal modeli oluşturan diğer bileşenler ise sırasıyla algılanan değer (3 madde), algılanan tatmin (4 madde) ve davranışsal niyetler (6 madde) değişkenleridir. LISREL 8.80'de ölçme modellerinin testi için yapılan doğrulayıcı faktör analizinin standardize edilmiş çözümlene değerleri Şekil 12 ve Şekil 13'te verilmiştir.

Şekil 12: Ölçme Modeline İlişkin Standardize Edilmiş Çözümleme Değerleri



### Ölçme Modelinin Uyum İndeksleri

$X^2 = 1954.05$        $df=289$        $p= 0,00$        $RMSEA= 0,061$        $GFI= 0,91$   
 $AGFI= 0,89$        $NFI= 0,93$        $CFI=0,94$        $RFI=0,92$

**Tablo 24: Dışsal Değişkenlerden Oluşan Ölçme Modeline İlişkin Değerler**

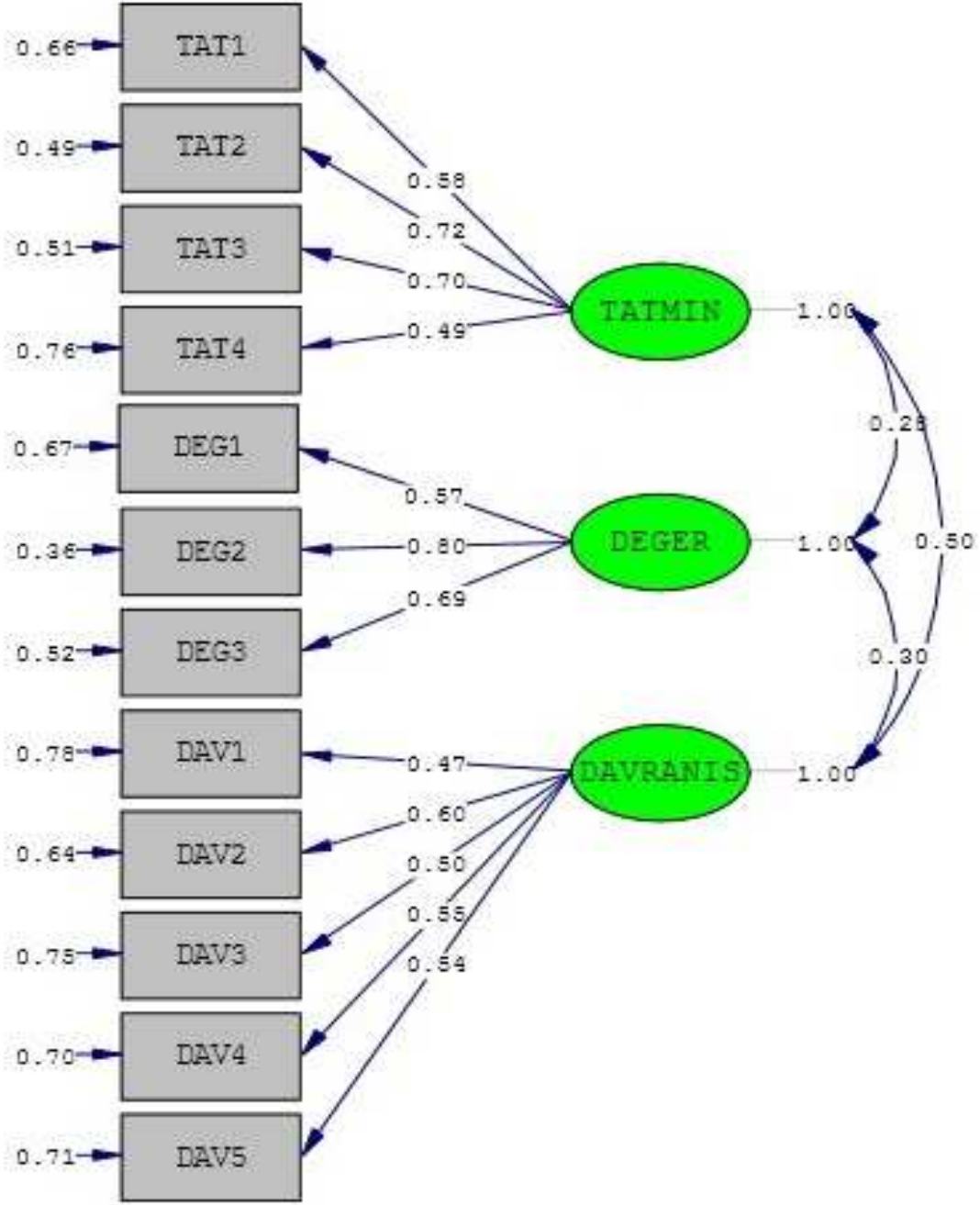
	Standardize parametre değerleri	T-değerleri	Standart hata	R <sup>2</sup>	Birleşik güvenilirlik
<b>Sosyalleşme</b>					<b>0,81</b>
Sos1	0,60	23,28	0,44	0,36	
Sos2	0,57	22,17	0,33	0,33	
Sos3	0,64	25,35	0,36	0,41	
Sos4	0,61	23,94	0,41	0,37	
Sos5	0,52	19,84	0,43	0,27	
Sos6	0,48	17,36	0,45	0,27	
<b>Değerler</b>					<b>0,80</b>
Deg1	0,59	23,40	0,48	0,35	
Deg2	0,54	20,19	0,36	0,29	
Deg3	0,61	24,17	0,40	0,37	
Deg4	0,59	23,09	0,73	0,35	
Deg5	0,60	23,59	0,72	0,36	
Deg6	0,50	19,05	0,76	0,25	
Deg7	0,57	22,46	0,54	0,33	
<b>Heyecan</b>					<b>0,73</b>
Hey1	0,45	16,50	0,53	0,20	
Hey2	0,71	28,11	0,54	0,51	
Hey3	0,51	19,10	0,45	0,26	
Hey4	0,77	30,73	0,47	0,60	
Hey5	0,51	19,13	0,46	0,26	
<b>Fiziksel Fitness</b>					<b>0,80</b>
Fızık1	0,58	21,34	0,55	0,31	
Fızık2	0,72	28,54	0,34	0,51	
Fızık3	0,71	27,98	0,31	0,50	
Fızık4	0,59	22,52	0,46	0,34	
<b>Stres Atma</b>					<b>0,76</b>
Stres1	0,51	18,84	0,46	0,26	
Stres2	0,69	26,65	0,30	0,48	
Stres3	0,66	25,40	0,38	0,44	
Stres4	0,51	18,95	0,54	0,26	

Tablo 23’de standardize değerler, t değerleri, standart hata, açıklanan varyans (R<sup>2</sup>) ve birleşik güvenilirlik değerleri verilmiştir. Ölçme modeline ilişkin standardize edilmiş değerlerin hiçbirinin 1’in üzerinde olmaması gerekmektedir. Kritik t-değerlerinin ise 0.05 anlamlık düzeyinde en az 1,96 olması gerekmektedir (Hair ve ark., 1998:577-659). Tablo 27’de görüldüğü gibi gözlenen değişkenlerin t-değerleri Hair ve ark., (1998) tarafından

önerilen kritik t-değerinin (1.96) üzerindedir. Ölçme modeline ilişkin t-değerlerinin yanı sıra ölçekteki göstergelerin yeterliği ve birleşik güvenilirliği, geçerlik ve güvenilirliğin ölçülmesi ile değerlendirilmiştir. Bu amaçla, her bir yapının birleşik güvenilirliği hesaplanmıştır. Birleşik güvenilirlik ise, bir faktördeki göstergelerin içsel tutarlıklarını göstermektedir ve kabul edilebilir güvenilirlik oranı 0.70'tir (Hair ve ark., 1998; 611-612). Tablo 27'de görüldüğü gibi ölçme modeli kapsamında ortaya konan faktörlerin birleşik güvenilirlik değerleri sosyalleşme (0,81), değerler (0,80), heyecan ve macera arama (0,73), fiziksel fitness (0,80), stres atma (0,76) olarak saptanmış ve Hair ve diğerlerinin (1998) önerdiği gibi kritik değer (0.70) üzerinde olduğu ortaya konulmuştur. Herhangi bir gözlenen değişken ve teorik düzeyde ait olduğu varsayılan örtük değişken arasındaki ilişkiyi belirten standardize parametre değerlerinin düşük olması o maddenin söz konusu faktörü ölçmediği anlamına gelmektedir. Bogazzi ve Heaterton (1994) birleşme geçerliği için standardize parametre değerlerinin .40'dan büyük olması gerektiğini ifade etmektedir. Ölçüm modelinde ifade edilen tüm değişkenlerin standardize parametre değerleri Bogazzi ve Heaterton (1994)'nın birleşme geçerliği için ortaya koymuş olduğu kritik değer (0,40) üzerindedir. Dolayısıyla, ölçüm modelinde ortaya koyulan tüm değerler uygun olarak kabul edilmiştir.



Şekil 13: Ölçme Modeline İlişkin Standardize Edilmiş Çözümleme Değerleri



Chi-Square=354.85, df=51, P-value=0.00000, RMSEA=0.062

**Ölçme Modelinin Uyum İndeksleri**

X <sup>2</sup> =354,85	df=51	p= 0,00	RMSEA=0,062	GFI= 0,96
AGFI=0,94	NFI= 0,94	CFI=0,95	RFI=0,92	

**Tablo 25: İçsel Değişkenlerden Oluşan Ölçme Modeline İlişkin Değerler**

	Standardize parametre değerleri	T-değerleri	Standart hata	R <sup>2</sup>	Birleşik güvenirlik
<b>Algılanan Tatmin</b>					<b>0,80</b>
Tat1	0,58	21,86	0,33	0,34	
Tat2	0,72	27,37	0,24	0,51	
Tat3	0,70	26,57	0,31	0,49	
Tat4	0,49	18,05	0,59	0,24	
<b>Algılanan Değer</b>					<b>0,72</b>
Deg1	0,57	21,18	0,59	0,33	
Deg2	0,80	28,70	0,42	0,64	
Deg3	0,69	25,21	0,62	0,48	
<b>Davranışsal Niyetler</b>					<b>0,74</b>
Dav1	0,47	16,35	0,60	0,22	
Dav2	0,60	21,04	0,54	0,36	
Dav3	0,50	17,26	0,53	0,25	
Dav4	0,55	19,07	0,36	0,30	
Dav5	0,54	18,92	0,38	0,29	

Tablo 25’de görüldüğü gibi gözlenen değişkenlerin t-değerleri Şimşek (2007) tarafından önerilen kritik t-değerinin (1.96) üzerindedir. Ölçüm modeline ilişkin t-değerlerinin yanı sıra ölçekteki göstergelerin yeterliği ve birleşik güvenirliği, geçerlik ve güvenirliğin ölçülmesi ile değerlendirilmiştir. Bu amaçla, her bir yapının birleşik güvenirliği hesaplanmıştır. Birleşik güvenirlik ise, bir faktördeki göstergelerin içsel tutarlıklarını göstermektedir ve kabul edilebilir güvenirlik oranı 0.70’tir (Hair ve diğerleri, 1998; 611-612). Tablo 28’de görüldüğü gibi ölçme modeli kapsamında ortaya konan yapıların birleşik güvenirlik değerleri algılanan tatmin (0,80), algılanan değer (0,72) ve davranışsal niyetler (0,74)’dir. Tüm yapıların birleşik geçerlik değeri Hair ve diğerlerinin (1998) önerdiği gibi kritik değerin (0.70) üzerinde olduğu belirlenmiştir. Herhangi bir gözlenen değişken ve teorik düzeyde ait olduğu varsayılan örtük değişken arasındaki ilişkiyi belirten standardize parametre değerlerinin düşük olması o maddenin söz konusu faktörü ölçmediği anlamına gelmektedir. Chou, Boldy ve Lee (2002), birleşme geçerliği için standardize parametre değerlerinin .50’den büyük olması gerektiğini ifade etmektedir. DAV1 (0,47) gözlenen değişkeninin standardize parametere değeri Chou, Boldy ve Lee (2002) tarafından öne sürülen birleşme geçerliği kritik değerini geçememiştir. Ancak bu gözlenen değişkenin standardize

parametre değerinin (0,50) kritik değerine oldukça yakın olması ve ait olduğu faktördeki birleşik güvenirlilik değerinin (0.70)'den yüksek olması sebebiyle ölçme modelinde ortaya konan değişkenlerin birleşme geçerliği kabul edilmiştir.

## 6.5. Geçerlik ve Güvenirlilik

Çalışmanın bu bölümünde kullanılan ölçme aracının geçerlik ve güvenirlilik ile ilgili değerlerine yer verilmiştir.

**İçerik Geçerliliği:** Bir araştırmadaki maddelerin içerik geçerliğini oluşturmada en kritik faktörlerden birinin kavramsal olarak özelliklerin baskınlığını tanımlamaktır (Churchill, 1979: 64-73). Bir başka tanımda ise içerik geçerliği, bir bütün olarak ölçęin ve ölçekteki her bir maddenin amaca ne derece hizmet ettiği olarak ifade edilmektedir (Ercan ve Kan, 2004; 211-216). Çalışmada kullanılan ölçęin ekstrem spor tüketimini ölçüp ölçmediğinin değerlendirilmesi amacıyla ekstrem sporculara ve spor alanında görev yapan akademisyenlere ölçek kontrol ettirilmiştir. Bu bağlamda, ekstrem sporculardan ve öğretim elemanlarından ekstrem spor tüketim boyutlarını temsil ettiği düşünölen her bir ifadeyi değerlendirmeleri ve ifadeleri oluşturan kelimelerin açıklığını, ifadelerin uzunluğunu ve biçimini kontrol etmeleri istenilmiştir. Ekstrem sporcular ve akademisyenlerin görüşleri doğrultusunda gerekli düzenlemeler yapılarak ölçęin boyutlarını ifade eden her madde yüzeysel geçerliği (face validity) sağlanmıştır.

**Yakınsak Geçerliği:** Bogazzi ve Yi (1988) yakınsak geçerliğin bir kanıtı olarak faktör yüklerinin .70'i aşmasını göstermektedir. Bunun yanı sıra, Child (1970) faktör yük değerlerinin .50 ve üzeri olmasının iyi ve çok anlamlı, .32 ve aşağısını ise zayıf olarak yorumlanabileceğini belirtmektedir. Tez çalışması kapsamında gerçekleştirilen Açıklayıcı Faktör Analizi sonucunda 37 soru içerisinde .50 alt kesme noktasının altında olan sadece dört adet soru bulunmaktadır. En düşük faktör yük değeri .36 ve en yüksek faktör yük değeri ise .81 düzeyindedir. 37 sorunun tamamı değerlendirildiğinde ölçek faktörlerinin yük değerlerinin oldukça iyi düzeyde olduğu ve ölçęin yakınsak geçerliği sağladığı ifade edilebilir.

**Yapı Geçerliliği:** Bir ölçekteki maddelerin soyut ya da teorik yapısının bütönlüğü olarak belirtilmektedir (Churchill, 1979: 64-73). Yapı, birbirleriyle ilgili olduğu düşünölen

belli öğelerin ya da öğeler arasındaki ilişkilerin oluşturduğu bir örüntüdür. Bir ölçeğin yapı geçerliğini belirleme süreci bir ölçüde, bilimsel kuram geliştirme süreciyle aynıdır (Ercan ve Kan, 2004; 211-216). Yapı geçerliğini test etmek amacıyla varimaks rotasyonlu ana bileşenler analizi yapılmıştır. Açıklayıcı Faktör Analizi sonucunda elde edilen 8 faktörlü yapı, toplam varyansın %59.256'sını açıklamıştır. Sosyal bilimlerde yapılan analizlerde %40 ile %60 arasında değişen varyans oranlarının yeterli kabul edildiği ifade edilmektedir (Tavşancıl, 2006: 177-181). Dolayısıyla elde edilen toplam varyans yüzdesinin yeterli oranı yakaladığı ve yapı geçerliğini sağladığı söylenebilir. Yapı geçerliğini sağlamak amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi dışında Doğrulayıcı Faktör Analizi’de uygulanmış ve iki adet ölçüm modeli oluşturulmuştur. Birinci ölçüm modelinde 5 faktörlü model için Yakınlığın Hata Kareler Ortalamasının Karekökü (RMSEA) 0.61, Karşılaştırmalı Uyum Endeksi (CFI) 0.94, İyi Uyum Endeksi (GFI) 0.91 ve Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi (AGFI) 0.89 olarak hesaplanmıştır. İkinci ölçüm modelinin 3 faktörlü modeli için Yakınlığın Hata Kareler Ortalamasının Karekökü (RMSEA) 0.62, Karşılaştırmalı Uyum Endeksi (CFI) 0.95, İyi Uyum Endeksi (GFI) 0.96 ve Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi (AGFI) 0.94 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda ekstrem spor tüketim ölçeğinin yapı geçerliğini sağladığı tespit edilmiştir.

**Ayrışma/Dış Geçerlilik:** Farklı özellikteki yapıların birbirinden yeterli ölçüde ayrışma derecesine ayrışma/dış geçerlik denilmektedir (Li ve ark., 2006; 336-347). Hair ve arkadaşları (1998) korelasyon analizinde faktörler arasındaki ilişkilerin .90 ve yukarısını aşmamasını gerektiğini ifade etmektedir. Ekstrem spor tüketim ölçeğinin ayrışma geçerliğine sahip olup olmadığını incelemek için ölçek içerisinde bulunan yapıların korelasyonları incelenmiştir. Kalaycı (2005) ve Hair (1998) Pearson korelasyon katsayısının (r) 0,00 – 0,25 aralığında bulunmasının yapılar arasındaki ilişkinin çok zayıf, 0,26 – 0,49 arasında zayıf, 0,50 – 0,69 arasında orta, 0,70 – 0,89 arasında yüksek ve 0,90 – 1,00 arasında ise çok yüksek düzeyde bir ilişki olduğunu ifade etmektedir. Ekstrem spor tüketim ölçeğini oluşturan yapılar arasındaki korelasyonlar 0,16 ile 0,50 arasında değişmektedir. En düşük ilişki “Algılanan Değer” ile “Değerler” faktörleri arasındadır (0.16). En yüksek ilişki ise “Stres Atma” ile “Değerler” yapıları arasındadır (0.50). Stres Atma ve Değerler yapıları dışında diğer tüm yapılarda pozitif yönde düşük ilişki bulunmaktadır. Dolayısıyla, bu değerler yapıların birbirinden bağımsız olduğunu ortaya koymaktadır.

**Güvenirlilik (Cronbach Alpha):** Nunnally ve Bernstein (1994) Cronbach alfa katsayısı ile ilgili olarak,  $\alpha < 0.40$  ise ölçeğin güvenilir olmadığını ve ölçeğin yeniden düzenlenmesine gerektiğini,  $0.70 \leq \alpha < 0.90$  ise, ölçeğin yüksek güvenirlilik düzeyine sahip olduğunu, ölçeğin toplum taramalarında ve bilimsel yargıların oluşturulmasında güvenle kullanılabilceğini ifade etmektedirler. Cronbach Alpha katsayısı  $\alpha \geq 0.90$  ise, ölçeğin çok yüksek güvenirlilik düzeyine sahip olduğu ve inceleme alanı ile ilgili yüksek geçerlik ve güvenirlilik düzeyinde bilimsel yargıların oluşturulmasında güvenle kullanılabilceği belirtilmektedir. Ekstrem spor tüketim ölçeğinin güvenirlilik ile ilgili yapılan analizi sonucunda ölçeğin toplam Alpha Cronbach değeri ,890'dır. Ekstrem spor tüketim ölçeğini oluşturan boyutların her birinin Cronbach Alpha değerler, heyecan ve macera arama (,742), değerler (,773), sosyalleşme (,727), fiziksel fitness (,731), stres atma (,702) ve algılanan tatmin (,704), algılanan değer (,722) ve davranışsal niyetler (,693) olarak saptanmıştır.

**Güvenirlilik (Birleşik Güvenirlilik):** Birleşik güvenirlilik bir faktördeki göstergelerin içsel tutarlıklarını göstermektedir ve kabul edilebilir güvenirlilik oranı 0.70'tir (Hair ve ark., 1998; 611-612). Araştırma kapsamında oluşturan iki ölçüm modelinin birleşik güvenirlilik hesaplaması yapılmıştır. Birinci ölçüm modelinin kapsamında ortaya konan faktörlerin birleşik güvenirlilik değerleri sosyalleşme (0,81), değerler (0,80), heyecan ve macera arama (0,73), fiziksel fitness (0,80), stres atma (0,76) olarak saptanmıştır. İkinci ölçüm modelinin oluşturan faktörlerin birleşik güvenirlilik değerleri ise algılanan tatmin (0,80), algılanan değer (0,72) ve davranışsal niyetler (0,74)'dür. Araştırma kapsamındaki iki ölçüm modelini oluşturulan boyutların tümü Hair ve ark., (1998)'nin birleşik güvenirlilik için önerdiği 0,70 kritik değerini geçmiş ve ekstrem spor tüketim ölçeğinin birleşik güvenirliliği sağladığı tespit edilmiştir.

## **6.6. Ekstrem Spor Tüketimine İlişkin Modelin Testi (YEM)**

Yapısal modelde yer alan örtük değişkenlere ilişkin ölçme modeli test edildikten ve uygun bir ölçme modeline ulaşıldıktan sonra ölçme modelleri yapısal model içerisine sabitlenmiş ve model bu şekilde test edilmiştir.

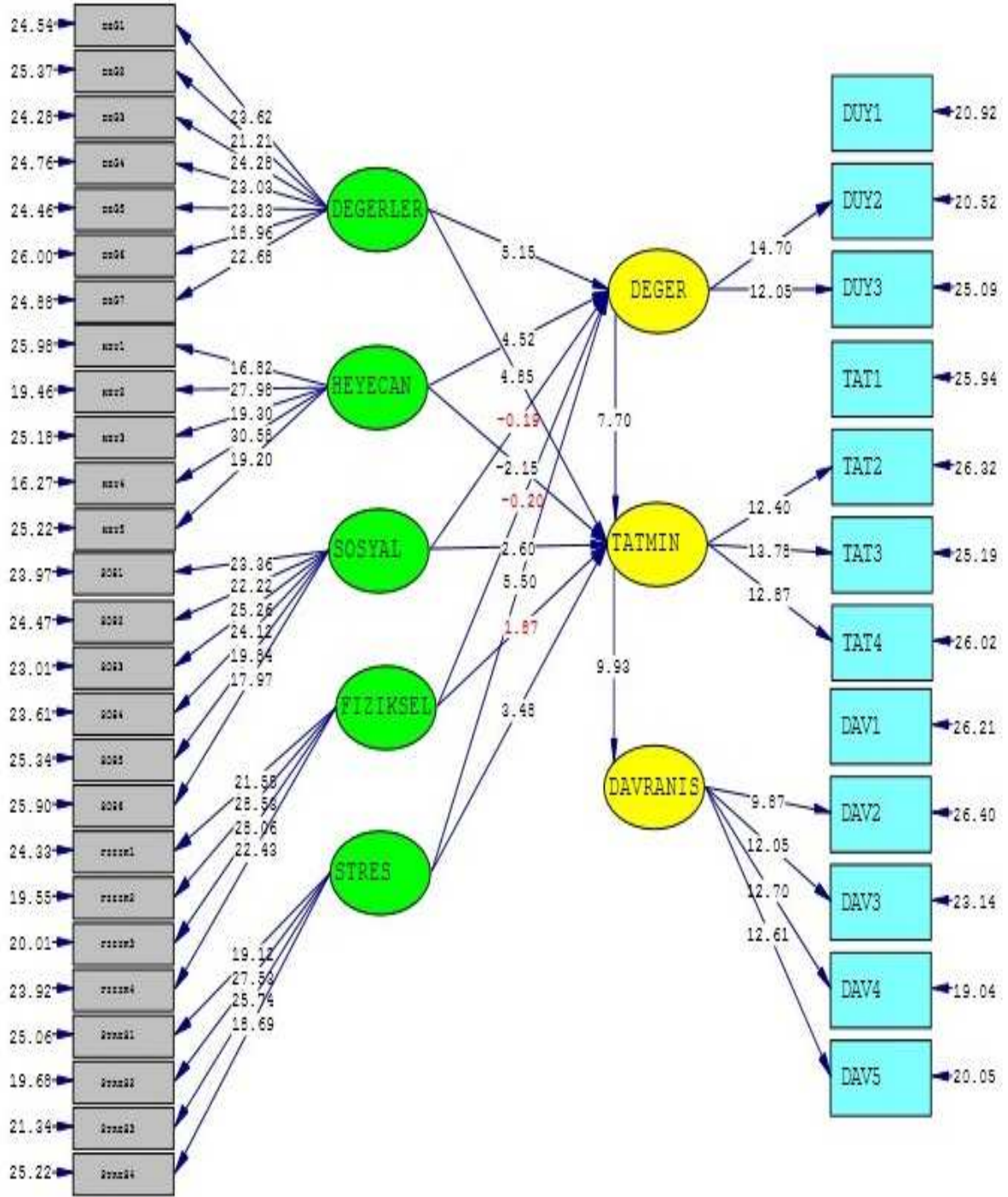
### **6.6.1. Yol Analizi**

Tez çalışması kapsamında gerçekleştirilen araştırmada ortaya koyulan gözlenen ve gözlenemeyen (gizil-latent) değişkenler arasındaki nedensel ilişkilerin sınanması amacıyla Yol Analizi'nden yararlanılmıştır. Yapısal eşitlik modellemesinin ilk aşaması olan ölçme modelinin analizinin ardından ikinci aşamada yapısal model analizi gerçekleştirilmektedir. Çalışmada ölçüm modelinin t değerleri, açıklanan varyans (R<sup>2</sup>), birleşik güvenilirlik değerleri ve uyum iyiliği indeksleri uygun değerleri verdiği için ölçüm modeli doğrulanmıştır. Bu aşamada, kuramsal kısımda açıklanan ilişkiler yol analizi ile sınanmaktadır. Yol analizi, gözlenen değişkenler arasındaki daha karmaşık ilişkilerin modellenmesi için regresyon analizini ve korelasyon katsayılarını kullanmaktadır. Yol analizi, değişkenler arasında neden-sonuç ilişkisine dayalı modelleri kurulmasını sağlamaktadır. Kurulan model, gözlenen korelasyonlara uygun açıklama getirmek ve bir dışsal değişkenin modelde yer alan diğer bir değişken ile arasındaki korelasyonu ve nedensel etkisini ne ölçüde yansıttığını değerlendirmek amacıyla kullanılmaktadır. Modelde yer alan değişkenlerin arasındaki nedensel ilişkiler ise örtük değişkenlerden oluşturulan yol analizi ile görülebilmektedir (Kırcı, 2006: 58-59).

### **6.6.2. Sınanan Modelin T-Değerleri**

Sınanan modelin t-değerleri incelendiğinde bazı yolların anlamlı çıkmadığı görülmüştür. Çalışmada kullanılan istatistik programı, analiz süresince anlamlı olmayan yolları kırmızı renk ile otomatik olarak göstermektedir. Program tarafından belirtilen hatalı yollar Şekil 14'de gösterilmektedir.

Şekil 14: Sımanan Modele İlişkin T-Değerleri



Chi-Square=5139.48, df=648, P-value=0.00000, RMSEA=0.066

Elde edilen sonuç doğrultusunda SOSYAL dışsal değişkeninden DEĞER içsel değişkenine, FİZİKSEL dışsal değişkeninden DEĞER ve TATMİN içsel değişkenlerine giden yollar kırmızı olarak çıkmıştır. Bu sonuçla fiziksel fitness değişkeni modelde herhangi bir içsel değişkeni etkileyememektedir. Dolayısıyla dışsal ve içsel değişkenler arasındaki ilişkiler

LİSREL 8.80 programı vasıtasıyla önerilen modifikasyonlar doğrultusunda tekrar kurulmuştur. İlk elde edilen t-değerlerinden farklı olarak DEĞERLER ve HEYECAN dışsal değişkenleri ile DEĞER içsel değişkeni arasında, SOSYAL, FİZİKSEL ve STRES dışsal değişkenleri ile TATMİN değişkeni arasında doğrudan ilişkiler kurularak tekrar analiz yapılmış ve olumlu sonuç alınmıştır. Böylelikle fiziksel fitness değişkeni önerilen modelin içerisine dahil edilebilmiştir.

Yapılan analiz sonucunda modelden çıkarılan hatalı yollar (hipotezler) aşağıda belirtilmiştir.

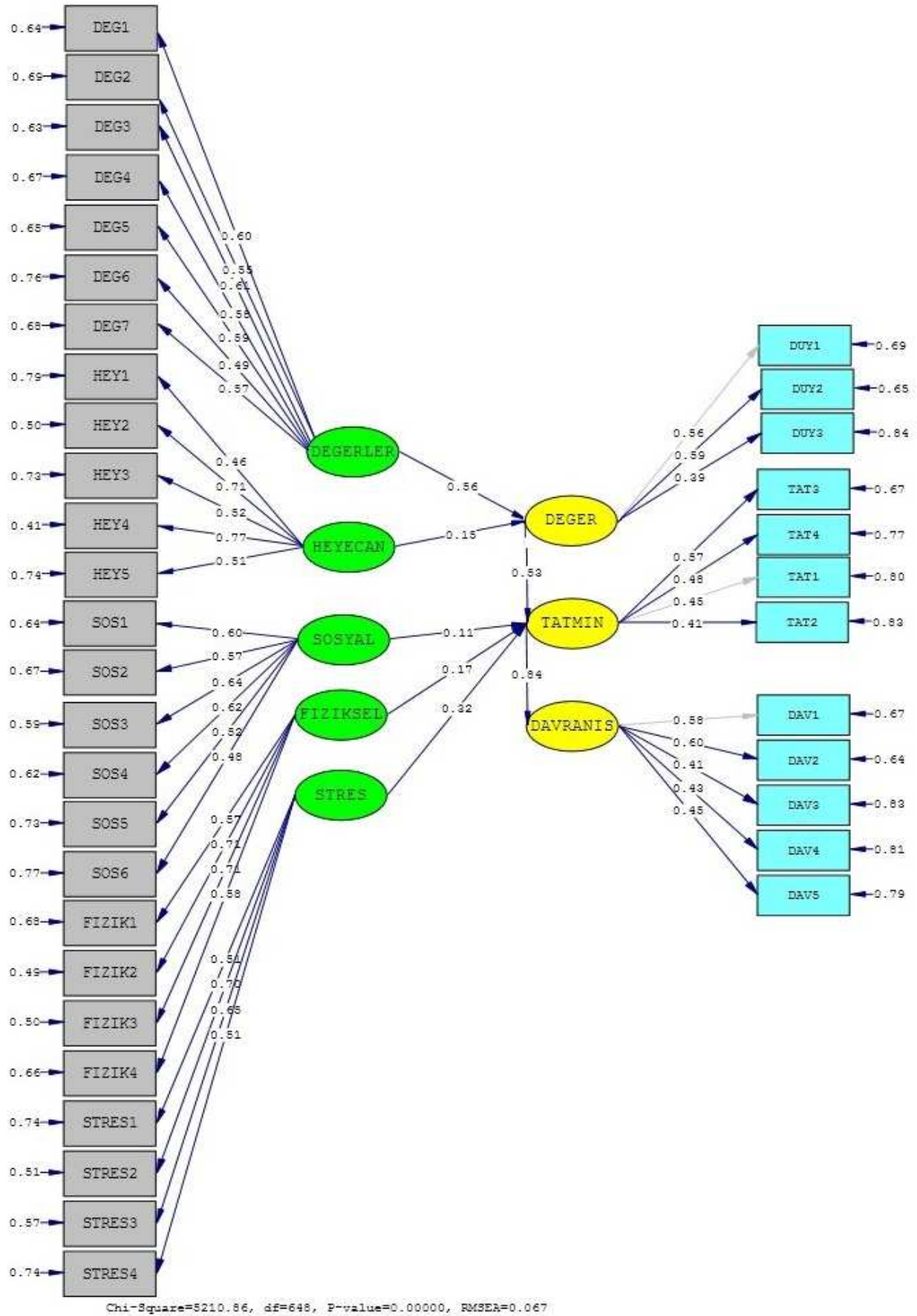
Modelde,

- Sosyal'den değer'e
- Değerler'den tatmin'e
- Heyecan'dan tatmin'e
- Fiziksel'den değer'e
- Stres'den değer'e giden hatalı yollar çıkarılmıştır.

Yukarıda açıklanan hatalı yolların modelden çıkarılması sonucu araştırma kapsamında öne sürülen H<sub>3</sub>, H<sub>4</sub>, H<sub>5</sub>, H<sub>6</sub>, ve H<sub>7</sub> hipotezleri reddedilmiştir. LİSREL 8.80 paket programının araştıma kapsamında oluşturulan modele önermiş olduğu modifikasyonlar doğrultusunda ortaya çıkan modelin son hali ise Şekil 15'de gösterilmektedir.



Şekil 15: Tüm Modele İlişkin Yol Analizi Sonuçları



### 6.6.3. Yapısal Model

Önerilen yapısal modele göre “değerler, heyecan ve macera arama” ekstrem spor tüketim güduları algılanan değeri “sosyalleşme, fiziksel fitness ve stres atma” ekstrem spor tüketim güduları algılanan tatmini etkilemektedir. Ekstrem spor tüketiminde algılanan değer algılanan tatmini etkilemektedir. Algılanan tatmin de davranışsal niyetleri etkilemektedir. Bu örtük değişkenlerle gerçekleştirilen yol analizi ile yapısal modelde yer alan değişkenler arasındaki sebep sonuç ilişkilerinin teorik olarak tahmin edildiği gibi olup olmadığı sorusuna yanıt aranmıştır. Yapısal modelde yer alan faktörler arasındaki ilişkilerin belirlenebilmesi amacıyla sekiz adet parametre değeri analiz edilmiş ve on iki hipotez öne sürülmüştür.

#### Kabul edilmeyen hipotezler:

H<sub>3</sub>: Sosyalleşme ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan değer arasında doğrudan bir ilişki vardır.

H<sub>4</sub>: Fiziksel fitness ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan değer arasında doğrudan bir ilişki vardır.

H<sub>5</sub>: Stres atma ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan değer arasında doğrudan bir ilişki vardır.

H<sub>6</sub>: Değerler ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan tatmin arasında doğrudan bir ilişki vardır

H<sub>7</sub>: Heyecan ve macera arama ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan tatmin arasında doğrudan bir ilişki vardır.

#### Kabul edilen hipotezler:

H<sub>1</sub>: Değerler ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan değer arasında doğrudan bir ilişki vardır.

H<sub>2</sub>: Heyecan ve Macera Arama ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan değer arasında doğrudan bir ilişki vardır.

H<sub>8</sub>: Sosyalleşme ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan tatmin arasında doğrudan bir ilişki vardır.

H<sub>9</sub>: Fiziksel fitness ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan tatmin arasında doğrudan bir ilişki vardır.

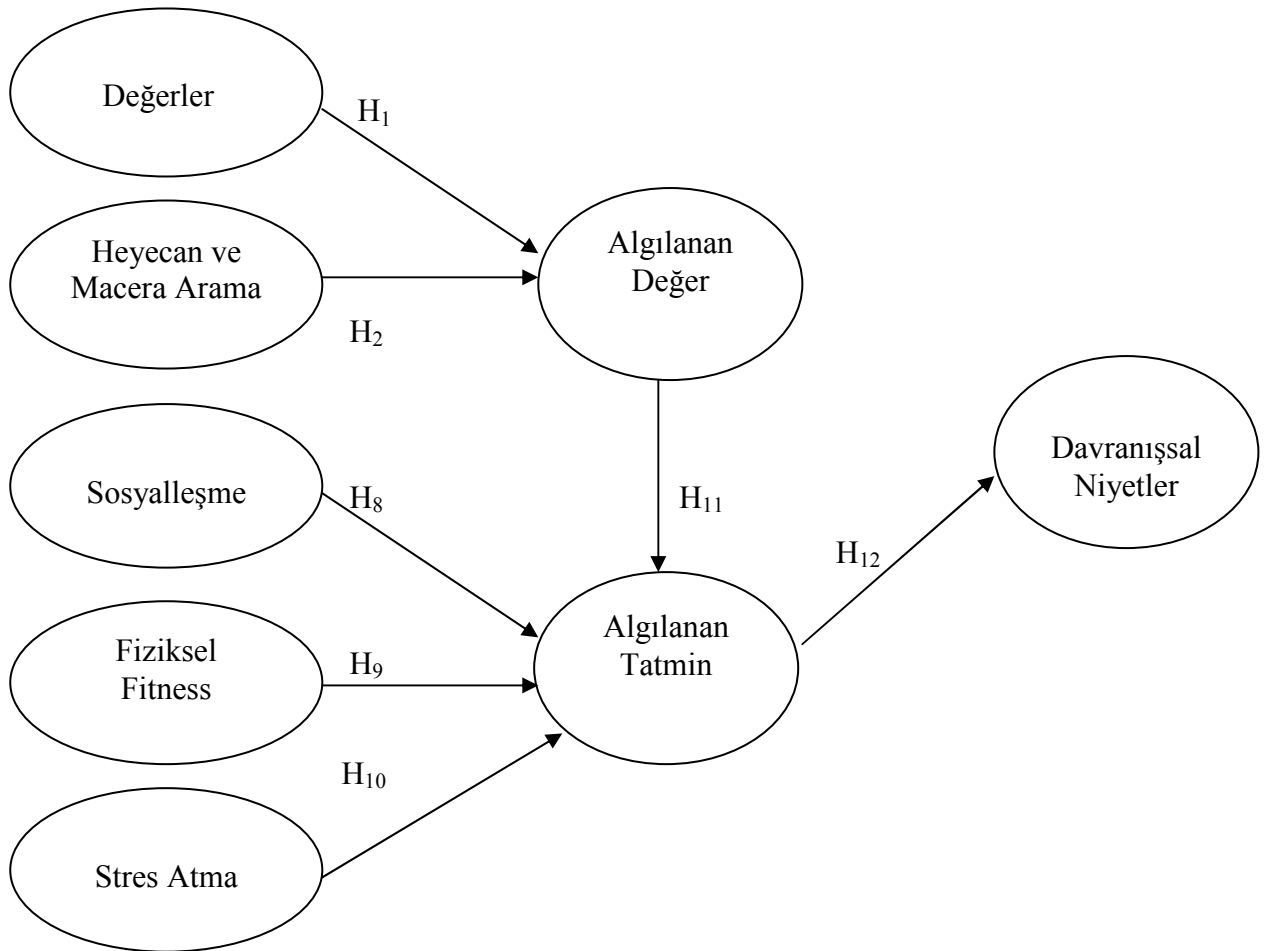
H<sub>10</sub>: Stres atma ekstrem spor tüketim güdüsü ile algılanan tatmin arasında doğrudan bir ilişki vardır.

H<sub>11</sub>: Algılanan değer ile algılanan tatmin arasında doğrudan bir ilişki vardır.

H<sub>12</sub>: Algılanan tatmin ile davranışsal niyetler arasında doğrudan bir ilişki vardır.

Analiz sonucunda kabul edilen kuramsal model Şekil 21 'de gösterilmiştir.

**Şekil 16: Kabul Edilen Kuramsal Model**



#### 6.6.4. Oluşturulan Modelin Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum istatistikleri modelin kabul edilip edilmeyeceğine ilişkin bir takım kabul edilebilir sınır değerler kullanılarak yorumlanmaktadır (Şimşek, 2007: 13). Herhangi bir modelin bir bütün olarak kabul edilebilir olması için, modeldeki ilişkilerin datayla tutarlı olup olmadığını, ne kadar tutarlı olduğunu yordamaya çalışan uyum iyiliği kriterlerinin kabul edilebilir sınırlar içinde çıkması gerekmektedir (Şimşek, 2007: 47). Tablo 23’de LISREL 8.80 paket programının analizi sonucunda elde edilen uyum istatistiklerinin sonuçlarına Tablo 26’da yer verilmiştir.

**Tablo 26: Oluşturulan Modele İlişkin Uyum İyiliği İndeksleri Analiz Bulguları**

MODEL UYUM İNDEKSLERİ	DEĞERLER
X <sup>2</sup>	4676,56
Root Mean Square Error of Approximation, (RMSEA), (Yaklaşım Hatasının Kök Ortalama Karesi)	0,067
Root Mean Square Error of Approximation, (RMR) (Yaklaşım Hatasının Kök Ortalama Karesi)	0,051
Standardized RMR (SRMR) (Standartlaştırılmış Yaklaşım Hatasının Kök Ortalama Karesi)	0,073
Normed Fit Index, (NFI), (Normlanmış Uyum İyiliği İndeksi)	0,93
Non-Normed Fit Indeks (NNFI) (Normlandırılmamış Uyum İndeksi)	0,96
Comparative Fit Index (CFI), (Karşılaştırmalı Uyum İyiliği İndeksi)	0,97
Goodness of Fit Index, (GFI), (Uyum İyiliği İndeksi)	0,90
Adjusted Goodness of Fit Index, (AGFI), (Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi)	0,87
Relative Fit Index, (RFI), (Göreceli Uyum İyiliği İndeksi)	0,91

Yapısal eşitlik modelinde gözlenen verilerle teorik veriler arasındaki fark araştırılırken arada bir fark olmaması arzulanmaktadır. Dolayısıyla YEM’de sıfır hipotezinin kabul edilmesi istenilmektedir. Bu nedenle geleneksel analizlerdekinin tersine, ki-kare değerinin anlamsız ve değer olarak küçük bir rakam çıkması arzulanmaktadır (Hair ve ark., 1998:577-659; Ayyıldız ve Cengiz, 2006: 78). Ki-kare değerinin anlamlılık düzeyi ise p olasılığı ile gösterilmekte ve p<0,05 ise modelin uyumunun kötü olduğuna işaret etmektedir. Bu durum

“uyum eksikliği” (lack-of-fit) olarak adlandırılmaktadır (Aşkar ve Yurdugül, 2009: 534-555). Ancak ki-kare değeri ölçmelerin dağılımının normal olup olmamasından ve örneklem genişliğinden aşırı derecede etkilenmektedir (Hu, Bentler ve Kano 1992: 351-362; Şimşek, 2007: 13). Yapılan analiz sonucunda ki-kare değeri anlamlı çıkmıştır. Ki-kare değerinin anlamsız çıkması modelin kabul edildiği anlamına gelmez, diğer uyum iyiliği testlerinin (özellikle örneklem büyüklüğünden etkilenmeyen testlerin) de uygulanması gerekmektedir. Demerouti, (2004), örneklem büyüklüğünün fazla olduğu durumlarda büyük ihtimalle ki-kare değerinin modelin reddine karar vereceğini ifade etmektedir. Buna paralel olarak, 1574 örneklem sayısı ile gerçekleştirilen modelin analizi sonucunda elde edilen fit değerlerinde kritik örneklem sayısının 228 olduğu görülmüştür. Dolayısıyla, aradaki bu farkın ki-karenin yüksek çıkmasına sebep olduğu söylenebilir.

Yapısal eşitlik modellemesinde kullanılan indekslerden bazıları uyum iyiliğinin ölçüsü diğerleri ise uyum eksikliğinin ölçüsü olarak kullanılmaktadır. Uyum iyiliği indekslerine örnek olarak; uyum iyiliği indeksi, GFI, CFI, NFI ve NNFI sayılabilir. Bentler (1990), uyum iyiliği indekslerinden özellikle CFI ve NNFI değerlerinin 0,95’ten büyük olmasının model uyumunun çok iyi bir kanıtı olduğunu ifade etmektedir. Uyum eksikliği indekslerinden ise RMSEA, RMR ve SRMR indekslerinin önemli olduğunu ifade etmektedir.

RMSEA’nın ise .05’in altında olması iyi bir uyum değerini, .08’in altında olması ise kabul edilebilir bir uyum iyiliği değerini ifade etmektedir (Şimşek, 2007:14). Browne ve Cudeck, (1993) özellikle RMSEA indeksinin 0,05 ve daha küçük bir değer olmasının model- veri uyumunun bir kanıtı olduğunu ancak bu değer 0,08’e kadar esnetilebileceğini ifade etmektedir. Bununla birlikte NNFI, CFI ve RMSEA indeksleri örneklem genişliğinden en az etkilenen indeksler olarak rapor edilmiş (Anderson ve Gerbing, 1984; 411-423; Marsh, Balla ve McDonald, 1988: 391-410) olmasına karşın Coffman ve Millsap (2005) RMSEA indisinin veri-model uyumunu sağlam olarak kestirmede yetersiz kaldığı bulgusuna ulaşmışlardır. NFI, varsayılan modelin sıfır hipoteziyle olan uygunluğunu araştırır ve bulunan değer 0.90’ın üzerinde olması istenir ki, 1’e ne kadar yaklaşırsa o kadar fazla uyum iyiliğine sahip olmaktadır. NNFI’nin avantajı büyük örneklemelerden daha az etkilenen bir uyum indeksi olmasıdır ( Jöreskog ve Sörbom, 1996: 378; Kline, 2005: 385; Schermelleh, Moosbrugger ve Müller, 2003; 23-74). CFI, mevcut modelin uyumu ile örtük değişkenler arası korelasyonu ve kovaryansı yok sayan sıfır hipotez modelinin uyumunu karşılaştırmaktadır. CFI, 0-1 arası bir değer alır ve 1’e yaklaştıkça uyum iyiliğinin arttığını göstermektedir. CFI’nin kabul

edilebilmesi için 0.90'ı aşması beklenmektedir. GFI, varsayılan modelce hesaplanan gözlenen değişkenler arasındaki genel kovaryans miktarını gösterir ve 0.90'ı aşması iyi bir model göstergesi olarak alınmaktadır. AGFI değeri de 0-1 arasında değişir ve 0.90'ı aşması beklenmektedir. RFI de 0-1 arası bir değer alır ve 0.90'dan yüksek bir değer alması beklenmektedir (Ayyıldız ve Cengiz, 2006: 79-80).

### **6.6.5. Modele İlişkin Değerlendirmeler**

Tez çalışmasının bu bölümünde, ekstrem spor tüketim modelini oluşturan (değerler, heyecan ve macera arama, sosyalleşme, fiziksel fitness ve stres atma) katılım güdüsü değişkenlerinin alt boyutlarına yönelik açıklamalar ve tüketici davranışını oluşturan (algılanan değer, algılanan tatmin ve davranışsal niyetler) değişkenler ile ilgili literatür ve araştırma bilgilerine yer verilmiştir. Ekstrem spor katılımını sağlayan faktörlerden birincisi değerler değişkenidir. Bu faktörün alt boyutlarını ise eğlence, özgürlük, özsaygı ve tez çalışması kapsamında ortaya konulan ve literatüre yeni bir katılım güdüsü olarak kazandırılan farklılık arayışı güdüsü oluşturmaktadır.

Ekstrem spor katılımını sağlayan faktörlerden birincisi, değerler değişkenidir. Bu değişkenin alt boyutlarını ise özgürlük, özsaygı, eğlence ve farklılık arayışı oluşturmaktadır. Günümüze kadar araştırmacılar tarafından 100'ün üzerinde insanların spora katılma nedenleri ile ilgili faktörler incelenmiştir. Bu incelemeler sonucunda bireylerin değerleriyle ilgili birçok güdü ortaya konulmuştur. Genç sporcular arasında yapılan önceki güdülenme çalışmalarında eğlence, yetenek, mücadele ve fitness gibi özellikler güdüleyici faktörlerin en önemlileri olarak ortaya konulmuştur (Gill ark., 1983; Gould ark., 1985; Koivula, 1999; Wankel, 1993: 151-169; Park, Ko ve Claussen 2008: 111-124).

Jackson (1974), değer yöneliminin hem bireylerin iş ve boş zaman arasındaki seçimini hem de alternatif boş zaman aktiviteleri arasındaki seçimini etkilediğini bulmuştur (Beatty ve ark., 1985). Howard ve Woodside (1984)'e göre değerler tutumların ve davranışların şekillenmesinde anahtar rol oynadığını belirtmektedir. Değerler, insan davranışının merkezidir. İnsanların saygı gösterdiği ve beslendiği şeylere yönelik özel bir önem vermesine yardımcı olmaktadır. Değerler sadece etkilenmez aynı zamanda tüm yaşam deneyimleri ve toplumun diğer üyeleriyle etkileşim sayesinde gelişmektedir. Özümsemiş değerler bireyin çevresini ve farklı sosyal etkileşimlerini anlama bakımından kolaylık sağlamaktadır.

Araştırmalar tercihlerin, davranışsal eğilimlerin ve davranışın gcl bir Şekilde kişisel değerlerden etkilendiğini bildirmektedir (Baba, 2003: 8-62). Dahası, Stoner ve Freeman (1992), değerlerin tutumlardaki ve davranışlardaki neden sorularını cevaplayabildiğini ileri sürmektedir. Rokeach (1973), değerlerin kültürel inanış sisteminin içinde olduğunu ve davranışın yargılama standartlarını sağladığı kadar davranışın en büyük etkileyicisi olduğunu ifade etmektedir. Sonuç olarak, bireylerin bir spor takımının ya da spor olayının performansı ve niteliği ile ilgili yargısının sonucundaki davranış, bireylerin gemişdeki deneyimlerinden, spora yönelik tutumlarından oldukça fazla etkilenmiş olan kişisel değer sistemi üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olabileceği söylenebilir (Baba, 2003: 8-62).

Koivula (1999) ve Wankel (1993), spor katılımcılarının en önemli güdüleyicisi olarak eğlence/zevk (fun/enjoyment)'i seçtiğini ve eğlence/zevkin bağlılıkta önemli derecede etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Buna paralel olarak Florental ve Shoham (2000), eğlence olgusunun ekstrem spor katılımcılarının değerleri ve yaşam biçimlerinde ekstrem spor katılımcısı olmayanlara göre çok daha fazla yer aldığını ifade etmektedir.

Park, Ko ve Claussen (2008), ekstrem spor tüketimi ile ilgili yaptıkları son araştırmalarında on dört faktör ortaya koymuşlardır. Araştırmacılar ekstrem sporlara katılım güdülerini ölçmek için literatürden ve McDonald ve ark. (2002)'nin geliştirmiş olduğu 13 faktrdan oluşan Motivation Sport Consumer (MSC) leğinden yararlanmışlardır. Park, Ko ve Claussen (2008), yapmış oldukları araştırmalarında Eğlence isimli on dördüncü faktörü ölçeklerine eklemişlerdir. Ekstrem spor katılımcılarının en çok gdlendiği faktörlerin eğlence ve risk alma olduğunu ortaya koymuşlardır.

Bireylerin boş zaman aktivitelerinin en önemli özelliklerinden biri özgürlük algısıdır. Bireylerin zgrlk algısında içsel güdülenme ve can sıkıcı hayat tarzından uzaklaşma eğilimi mevcuttur. Boş zaman aktivitelerinin temel özelliklerinden biri olan özgürlük algısı diğer tüm özellikler dikkate alındığında boş zaman tabiatında istikrar olarak kavramlaştırılabilir (Ellis ve Witt, 1984). Algılanan zgrlk kişisel yargıya (self-determination) yardım eder çünkü boş zamanlarında kendilerini zgr olarak algılayan bireyler egzersiz için bir fırsata sahiptirler oysa kendilerini kısıtlanmış olarak gören bireyler ise egzersiz yapmada başarılı olamayabilir (Coleman ve Iso-ahola, 1980).

Algılanan özgürlük ve içsel güdülenme boş zamanın bir yapısı olarak değerlendirilmesine karşın can sıkıntısı olumsuz bir boş zaman deneyimidir. Boş zamanın can sıkıcılığı bireyleri duygusal olarak harekete geçiren optimum uyarının yetersiz olduğu durumlarda ortaya çıkmaktadır. Birey boş zamanları esnasında can sıkıntısı yaşıyor ise muhtemelen özgürlük algısıyla ya da içsel güdülenme ile oluşan olumlu boş zaman nitelikleriyle ilgili deneyimi sağlayamamış denilebilir. Bu yüzden, sıkıcı boş zaman deneyimine yatkın olan bireylerin boş zaman aktivitelerinden sağlıkla ilgili yararlar elde etmesi umulamaz. Algılanan özgürlük, içsel güdülenme ve boş zamanın sıkıcılığından kaçma gibi yapılarıyla boş zaman, daha sağlıklı durumla ilişkili olduğu düşünülen yaşam biçimi için önemlidir (Coleman, 1993: 350-361).

Fiziksel yararlar ancak, fiziksel aktiviteye katılımı ilişkilendirilen bazı psikolojik ödüllere birleştiğinde elde edilir. Örneğin, olumlu ilişkiler yetişkinler, gençler ve çocuklar için fiziksel aktivite ve özsaygı arasında görülebilir. Bu yüzden, fiziksel aktivite hem psikolojik hem de fiziksel kazançlarla ilişkilendirilmelidir. Özsaygı bireyin bir şeyi nasıl yaptığı ile ilgili (pozitif psikolojik durumun bir belirleyicisi) oluşturduğu yargıdır. Özsaygının çocukluk döneminde en önemli gelişim özelliklerinden biri olduğunu birçok çocuk gelişim uzmanı kabul etmektedir. Ancak, olumlu özsaygının özelliklerini ve belirleyicileri ile ilgili bazı durumlar söz konusudur. Çocuk gelişimi uzmanları genel olarak özsaygıyı duygusal/gelişimin sosyal baskısının içine kategorize ederler. Duyguları içeren bu etki alanı inanışları, diğerleriyle sıcak ilişkileri, benlik kavramı, cinsel kimlik ve ahlak gelişimini içermektedir (McAuley ve ark., 2000: 131-139; Marsh ve ark., 1995: 70-83; Gruber, 1986: 30-40).

Spor katılımında özsaygı önemli ve pozitif etkilere sahiptir (Bowker, 2006: 214-229; Paprin, 2005: 66) Martin ve ark. (2001), gençler için organize edilmiş spor programlarında özsaygının dikkate değer bir etkiye sahip olduğuna inanmaktadır. Öz saygı üzerinde yapılmış araştırmalar incelendiğinde Nocetti (2003), sporcu olanların olmayanlara göre daha olumlu duygulara sahip olduğunu belirlemiştir. Sporcuların vücutları ile ilgili daha iyi hissettiklerini, daha iyi bir ruh haline sahip olduklarını ve yaşamlarından daha memnun olduklarını ortaya koymuştur. Richman ve Schaffer (2000), spor yapan kolej öğrencilerinde özsaygının daha yüksek olduğunu bulmuştur. Carl (2001), ise sporcuların özsaygı skorlarının ortalamasının üzerinde olduğunu rapor etmiştir.



Donald ve ark. (2007), Callois (1961)'in içerisinde denge karmaşası, algı ve zevk paniği (voluptuous panic) barındıran ekstrem sporları sınıflayan ve baş dönmesi terimini kullanan ilk kişi olduğunu ve ekstrem sporların karakterini hız, hızlanma, yön değiştirme, sınırları zorlama, risk ve içsel heyecan oluşturduğunu ifade etmişlerdir. Gürüldüğü gibi ekstrem sporların bu farklı doğası bireylerin ekstrem sporu tercih etmesinde önemli bir güdüleyici etmen olarak düşünülebilir. Ekstrem sporların farklılığına katkı sağlayan bu özellikler bireyin ekstrem sporları geleneksel sporlardan farklı olduğunu düşünmesine sebep olabilir. Shoham ve ark., (1998) bireylerin ekstrem sporları seçmesindeki nedenin, günlük hayattaki rutin yaşam stilinden uzaklaşmaya imkan sağlaması olduğunu ifade etmiştir (Shoham ve ark., 1998: 307-321). Buna göre risk alma, başarıma duygusu, dışa dönüklük, sıradışılık, komiklik ve eğlence gibi özellikler ekstrem spor deneyimlerine teşvik açısından hayati öneme sahiptirler. Gold Coast-Based Cult Industries Surfwear markasının CEO'su ve kurucusu Doug Spong, açıkça ekstrem spor organizasyonlarının başarı anahtarının farklı olan psikografik özelliklerini dikkate alan organizasyon yapısından kaynaklandığını ifade etmektedir (Shilbury ve ark. 2009: 81). Geleneksel sporlardan ziyade ekstrem sporların içerisinde var olan bu farklı özellikler farklılık arayan bireylerin umduğunu bulmasında önemli bir fırsat olarak düşünülebilir.

Zucherman (1984), gelirtirmiş olduğu Duygu Arama Ölçeği'nde Can Sıkıntısı Hassasiyeti (Boredom Susceptibility) (BS)'ni dördüncü boyut olarak kullanmıştır. Bu boyuttaki maddeler rutin iş ve sıkıcı sosyal değişim ile ilgili tekrarlayan deneyimlere tahammül edememe özelliklerini belirlemektedir. Can Sıkıntısı Hassasiyeti, bireylerin tekrarlayan, rutin, garip ve sıkıcı insanların tersine; yerinde duramama, mümkün olduğunda can sıkıntısı olan şeyden derhal kaçmak gibi özellikler gösterebileceğini belirtmektedir ki bu özelliklerin bir çoğu ekstrem sporcuların çoğunda kolaylıkla gözlemlenebilir (Tangen ve ark., 1983: 305-308; Aktaran: Leunes, Nation, 1996: 365-375).

Argan ve Katırcı (2008), tüketici davranışının karmaşıklık ve zamanlama açısından farklılık gösterdiğini, tüketici davranışının farklı rollerle ilgilendiğini ve tüketici davranışının farklı kişiler için farklılık gösterebildiğini ifade etmektedir. Her tüketicinin psikolojik durumu veya çevresel faktörler nedeniyle karar verme süreci farklılık gösterebilir. Spor tüketim davranışlarının kişiden kişiye değişmesi bireylerin spor tüketimi yollarını farklılaştırmaktadır. Farklı davranışları anlama ve davranışla ilişkili demografik, sosyal ve kültürel grupların pazar

segmentlerinin modellerini oluşturma, spor tüketim modelinin oluşturulma arzusunu desteklemektedir (Argan ve Katırcı 2008: 109-124).

Ekstrem spor katılımını sağlayan faktörlerden ikincisi, heyecan ve macera arama değişkenidir. Bu değişkenin alt boyutlarını ise heyecan arama, zevk/haz ve risk alma arzusu oluşturmaktadır. Heyecan ve risk denilince Zucherman'ın Duygu Arama ölçeği ekstrem sporun psikolojik yapılarının bir çoğuyla ilişkilendirilmiştir (Tangen ve ark., 1983: 305-308; Aktaran: Leunes, Nation, 1996: 365-375). Zucherman (1994) 1960'ların sonunda Sensation Seeking Scale (SSS) Duygu Arama Ölçeği'ni uygun uyarı ve uygun uyaran düzeyinde bireylerdeki farklılıkları ölçmek için geliştirmiştir. Zucherman (1994), Duygu Arama'nın teşvik edici heyecan arama olarak adlandırılan yaygın bir özellik içine entegre edildiği hipotezini öne sürmüştür. Yani, teşvik edilmenin kişisel boyutları ve heyecan arama arasında karşılıklı ilişki bulunduğunu ifade etmektedir. Zucherman (1994; 2007) deneyimdeki uyarıya ulaşmak için riskli sportif deneyimlere katılan bazı bireyleri yüksek düzeyde heyecan arayıcılar olarak tanımlamıştır. Shoham (1998), ekstrem sporlara katılımında algılanan yararların rolünü incelemiştir. Araştırmasında, skydiving, hang gliding, parachuting gibi bazı ekstrem sporlarda öncelikli güdüleyici faktörlerin heyecan ve macera arama olduğunu saptamıştır.

Heyecan arama üzerinde en etkili demografik faktörler ise yaş ve cinsiyet olarak bulunmuştur. Heyecan aramanın, kadınlardan ziyade erkeklerde daha baskın olduğu, dokuz ve on dört yaş aralığında yükselmeye başladığı, geç ergenlik döneminde (yirmili yaşlar) en üst seviyeye ulaştığı ve yaşla doğru orantılı bir şekilde azaldığı ifade edilmektedir (Roth ve ark., 2007: 1839-1850).

Duygu Arama Ölçeği tehlikeli ve riskli spor aktivitelere katılımındaki kişilik özelliklerini belirlemede çok yaygın olarak kullanılmıştır. Yüksek riskli sporlara katılım ve tercih ile Duygu Arama ölçeğinin yüksek skorları arasındaki ilişkiden birçok araştırma söz etmektedir. Bu ilişkiye, gükyüzü dalışı (Hymbaugh ve Garrett, 1974), nehir kayağı ve kano (Campbell, Tyrrell, ve Zingaro, 1993), dağcılık (Breivik, 1996), kaya tırmanışı (Robinson, 1985), nehir kayağı, kano (Boga, 1988), rafting, dağ bisikleti (Schneider, 2001), paraşüt (Hymbaugh ve Garret, 1974; Rowland ve Ark. 1986), tüplü dalış (Heyman ve Rose, 1980), dövüş sporları (Stirling, 1977), futbol (Celini, 1982), Rugby (Potgieger ve Bisschoff, 1990), atletizm (McCutcheon, 1980), jimnastik (Straub, 1982), beden eğitimciler (Wykoff, 1982)

branşları üzerinde yapılan araştırmalar örnek olarak verilebilir (Trimpop ve ark., 1999: 237-254)

Heyecan aramayı etkileyen en önemli etken ise zevk/haz güdüsüdür. Csikzentmihalyi (1988), yüksek düzeyde hoşlanılan ve içsel olarak güdülenilen artistik yaratıcılık, müzik yaratma, öğrenme ve ciddi/riskli boş zaman aktiviteleri olan kaya tırmanışı, satranç ve dans gibi çeşitli aktiviteleri incelemiş ve bu tür aktiviteler için ana unsurun zevk/haz alma olduğunu ortaya koymuştur. Bireyler yaptıkları iş ile ilgili mücadeleden ve kapasiteleri ile ilgili becerilerinden algıladıkları duygusal yoğunlukla optimum deneyim sağlayarak dengeli bir kişilik ortaya koymaktadır. Dahası, yapılan araştırmalarda mücadele ve beceri dengesinin tek başına duygusal yoğunluğun oluşumunu tahmin etmekte yeterli olamayacağı belirtilmektedir. Duygusal yoğunluğun (flow teori/akış kuramı) ortaya çıkması için mücadele ve becerinin belirli bir eşik değeri geçmesi gerekmektedir. Mücadele ve becerinin her ikisi de düşük düzeyde eşit olsalar bile sonuç duygusal yoğunluk için duygusuzluktur. Yüksek düzeyde beceri ve mücadele gerektiren hatta bazılarında tehlikenin/riskin barındığı çeşitli boş zaman aktivitelerine yönelik güdülenme duygusal yoğunluk kavramı ile açıklanmaktadır (Hills ve ark. 2000: 763-779). Duygusal yoğunluk kavramı bireyin yapmış olduğu aktiviteye yönelik oluşturmuş olduğu tam bağlılık, aktivite süresince başarma isteği ve tüm enerjisini akativiteye yöneltmek oluşturmuş olduğu duygunun işleyişinin mental ifadesidir (Csikzentmihalyi 1988: 72-75).

Zevk/haz ve heyecan ile ilişkili bir başka teoride güdülenme, duygu ve kişilik kuramlarında biri olan Reversal Teori'dir. Reversal Teori, spor ve egzersiz psikolojisinde oldukça bilinen ve kabul edilen bir teoridir. Reversal teorinin çift kutuplu yapısı farklı metagüdüleyici durumlara karşılık gelen yoğunlaşma ve duygulardan meydana gelmektedir (Cromer, 2008: 8-9). Apter (1982) ortaya koymuş olduğu Reversal teoride zevkin doğasının her iki (telic ve paratelic) durumda da farklı olmasına rağmen zevkin kaynağı olduklarını ifade etmektedir. Telic durumda zevk amaca ulaşma tahmininden kaynaklanmaktadır. Aksine paratelic durumdaki zevk aktivitenin kendisinden, memnuniyetten ve uyarılmadan etkilenmektedir (Hills ve ark. 2000: 763-779).

Wiersma (2001), Genç Sporlarında Zevk/Haz Ölçeğini geliştirmiş ve 896 genç sporcu arasında zevkin/hazın kaynağını araştırmıştır. Benzer olarak Wankel ve Kreisel (1985)'in

çalışmasında zevkin/hazın en önemli kaynakları olarak yarışmanın heyecanı ve yeterli olma algısından edinilen kişisel özellik olarak ortaya çıkmıştır.

Ekstrem sporlar, bireye yüksek risk algısı, yüksek konsantrasyon, heyecan, macera duygularını üst düzeyde yaşatma, özgürlük eğilimi ve farklı bir yaşam biçimini yaşama konusunda diğer spor türlerinden kendisini ayıran önemli özelliklere sahiptir. Ekstrem spor branşları ve geleneksel spor branşlarını birbirinden ayıran en önemli özellik ise ölüm riskidir. Dolayısıyla ekstrem spor yapan bireylerin bu branşları yapmak için risk aldığı söylenebilir. Risk alma, baskın spor branşlarından ziyade ekstrem sporlara katılımında en önemli güdüleyici faktörden biri olarak görülmektedir (Shoham ve ark., 1998: 307-321).

Risk alma davranışının üzerinde etkisi olan kişilik özellikleriyle ilişkili bir dizi psikolojik farklılıklar tanımlanmaktadır (Netter 2004: 353-377; Stelmark, 2004: 17-28). Zucherman (2000-2004), duygu aramadaki genel kişilik özelliklerinin varlığını tanımlar ve bunun heyecan ve macera arama ile ilişkili olan bir alt kategorisinin varlığından bahsetmektedir. Zucherman (2000-2004), risk almanın heyecan arama davranışının ana sebebi olmadığını, ihtiyaçların tatmin edilmesi için ödenecek bir bedel olduğunu ifade etmektedir. Bu kişilik özelliğinin bireylerin boş zaman ve spor aktivitelerine katılımında etkili olabileceğini ileri sürmektedir (Goma-i-Freixanet, 2004: 185-201; Furnham, 2004: 167-183). Stelmark (Stelmark, 2004: 17-28), heyecan arayıcılarla ilgili iki noktayı vurgulamaktadır. Birincisi, duygusal yoğunluklarını optimal seviyede sürdürebilirler. İkincisi, yüksek uyarı düzeyini tolere edebilirler. Bu yüzden de heyecan verici etkinliği yapmaktan çekinmediklerini belirtmektedir. Lyng (1990), risk almanın bazı insanların mutlu olması için gerekli olabileceğini ileri sürmektedir. Ewart (1994), heyecan ve macera gibi faktörlerin riskli aktiviteye katılımında önemli etkenler olduğunu belirtmektedir.

Alhakami ve Slovic (1994) risk alma ile ilgili düşünce sisteminin ve bilişsel uyumsuzluktan kaçınmanın etkisini örneklendirmiştir. Risk almada bireylerin tutumları, değerleri ve düşünceleri ile ilgili Alhakami ve Slovic (1994), algılanan yarar ve risk ve tehlikenin genel etkisinin değerlendirilmesi arasında ters bir ilişki olabileceğini ileri sürmektedir. Bu öneride, eğer birey aktiviteden hoşlanmışsa yararların yüksek ve riskin düşük olduğu yargısını oluşturacaktır. Eğer birey kativiteden hoşlanmamışsa yararların düşük ve riskin yüksek olduğu yargısını oluşturacaktır. Böylesi bir durumda, bireyin risk alma ile ilgili görüşlerinde tercihlerini ve inanışlarını yansıtmaktan yana olduğunu ileri sürmektedirler.

Ekstrem spor katılımını sağlayan faktörlerden üçüncüsü, sosyalleşme değişkenidir. Bu değişkenin alt boyutlarını ise aidiyet ve arkadaşlık oluşturmaktadır. Sporda sosyalleşme kavramı spor katılımcılarının güdülenmesinde dikkat çekici bir özelliğe sahiptir. McClullagh ve ark. (1993) ve Passer, (1982) katılımcıların fiziksel aktiviteyle ilişki kurmalarındaki sosyal sebeplerin bir takımın parçası olmak ya da sosyal bir statü elde etmek olduğunu rapor etmişlerdir. Araştırmalar aynı zamanda arkadaşlık fırsatları, sosyal kabul ve aile baskısı gibi sosyal kaynaklardan gelen olumlu ya da olumsuz etkilere işaret etmektedir (Scanlan ve ark., 1993: 275-286, Scanlan ve Lewthwaite, 1984: 208-226). Bunun yanı sıra, aileyle, koçla ve akranla sosyal etkileşimlerin tamamı genç bireylerin spor deneyimlerinin kalitesiyle ilişkili olmaktadır (Brustad, 1993: 210-223, Duncan, 1993: 314-323, Wylleman, 2000: 554-572). Spor açık bir şekilde katılımcılar için önemli bir anlam teşkil etmektedir. Çünkü spor bireyler arası etkileşimi ve diğer bireylerle sosyal ilişkilerin gelişimi konusunda fırsatlar oluşturmaktadır. (Allen, 2003; 551-567).

Spor araştırmalarında güncel ve baskın olan güdülenme teorileri, örneğin Yeterlilik Güdülenme Teorisi (Competence Motivation Theory) ve Başarı Amaç Teorisi (Achievement Goal Theory) güdülenmeyi destekleyen psikolojik sürecin anlaşılmasına yönelik önemli katkılar sağlamaktadır (Duda, 2001; 129-182). Bu yaklaşımları benimseyen araştırmacılar sportif davranışın besleyicisi olarak fiziksel yeterliliği göstermek ve geliştirme arzusunu vurgulamaktadırlar. Oysa yaklaşımlar, spordaki davranışı destekleyen etken bir amaç olarak sosyal ilişkileri göz ardı etmektedir. Bireyin spor güdülenmesi her zaman fiziksel yeteneği geliştirme ya da gösterme ile açıklanamayabilir ya da ilişkilendilemeyebilir. Daha doğrusu, sosyal ilişkileri geliştiren ve gösteren sosyal ilgiler genç bireylerin spor güdülenmesini anlamak için önemli olabilir (Allen, 2003; 551-567).

Güdülenmenin sosyal yönü yeni bir araştırma konusu değildir. Ancak, sosyal çevredeki davranışın merkez besleyicisi olarak diğerleriyle ilişki kurma arzusunun potansiyeli daha yeni keşfedilmeye başlanmıştır (Allen, 2003; 551-567). Örneğin, Rayn ve ark., (1995) ve Rayn ve Powelson, (1991) sosyal ilişkilerin optimum psikolojik işlevsellik için gerekli olduğunu ve bu ilişkilerin sosyal etkileşimin beslenme ihtiyacını sağladığını ileri sürmektedirler. Bunun yanı sıra, Baumeister ve Leary (1995) sosyal ilişkilere ait olan duygunun aidiyet ihtiyacını tatmin edebilecek amaç odaklı bir aktiviteyle uyarılması gerektiğini belirtmektedir. Ayrıca, aidiyet ihtiyacının bir sonucu olarak bireyin insanlar arası

ilişkileri arayıp bulmasını, gelişmesini, ilerletmesini ve koruma eğilimi göstermesini ifade etmektedirler.

Spor, okul gibi başarıya ve sosyal bir çevreye sahiptir. Spor ortamı, bireylerin sosyal ilişkilerini gelişmesinde ve bir gruba ait olma ihtiyacını gidermesinde fırsatlar sağlamaktadır. Bu sosyal fırsatlar katılımcıların spor deneyimi ve güdülenmesi için elzemdir. Klint ve Weiss (1987) gençlerde güdülenmenin sosyal yönleri üzerine yaptıkları araştırmada cimnastikçilerin sosyal yeterlilik algısında arkadaşlarının ve takım atmosferinin katılım güdüleyicisi olarak daha önemli olduğunu belirtmiştir. Lewthwaite ve Piparo (1993) cimnastikçilerin spor deneyimlerinde sosyal kabul ve olumlu sosyal deneyimlere uyum sağlamadaki ilişkisini vurgulamaktadır. Hayashi (1996), Havai’li egzersizcilerin grup uyumunu ve övünç kaynağını gösterme açısından olumlu aktivite deneyimlerini tanımlamaktadır. Liseli sporcuların spor deneyimlerini inceleyen Schilling ve Hayashi (2001) olumlu ve olumsuz deneyimleri, takıma katkı sağlama, sosyal destek ve onay, diğerleriyle iyi geçinme ve bağlılık gibi sosyal olarak yönlendirilmiş bakış açısı sayesinde tanımlamaktadır. Bu araştırmalar genç sporunda sosyal güdüleyici yapıların dikkate değer olduğunu ortaya koymaktadır. Sosyal amaçlı yönelimlerle ilgili araştırmalar birçok terim ve tanımlama kullanmaktadır. Ancak, sosyal amaçlı yönelimin en çok kullanılan iki tipi vardır.

Sosyal amaçlı yönelimin birincisi, bağlılık deneyimlerini vurgulayan ve okulda pozitif istek ve ihtiyaç oluştuğunda yardım aramayla ilişkilendirilen şeklidir (Anderman, 1999: 83-109; Ryan, Hicks ve Miggle, 1997: 152-171). Bu yönelimin odağı karşılıklı bir şekilde ilişkiyi geliştirmekte ve korumaktadır. İlişki amaçları ve olumlu sosyal ilişki bu bağlılığın yönelimini açıklamaktadır (Anderman, 1999: 21-37; Patrick, Hicks ve Rayn 1997: ). Örneğin bireyler sosyalleşme fırsatını değerlendirmek ve kendilerine benzer diğerleriyle ilişkilerini geliştirmek/korumak için spor ile meşgul olma eğilimi gösterirler. Bireyler için bu durum hem sosyaldir hem de fiziksel aktivitedir. Bireyler spor yaparken kişisel ilişkiler kurması ve sosyal aktiviteler gerçekleştirmesi sayesinde elde ettiği fırsatlardan oldukça tatmin olmaktadır.

Sosyal amaçlı yönelimin ikincisi ise bireyin diğerleri tarafından tanınması ve sosyal duruşu sayesinde kendisinin sosyal geçerliliğini vurgulamaktadır. Bu durum, okulda yardım arayan ve daha büyük olumsuz bir istek ile bağlantılı olan tehdit algılamasıyla ilişkilendirilmektedir (Anderman, 1999; Ryan ve ark., 1997). Sosyal onay (Whitehead, 1995), sosyal kabul (Lewthwaite & Piparo, 1993) ve sosyal statü (Anderman, 1999; Anderman &

Anderman, 1999; Ryan ve ark.,1997) gibi amaç yönelimleri sosyal geçerlilik örnekleridir. Bireyler spor sayesinde sosyal statü, sosyal kabul ve sosyal tanınma gibi spor tarafından sağlanan potansiyel kazanımlara doğru yönelim gösterirler. Spor katılımında bireylerin sosyal ilişkileri için neler yapabileceği ve diğerleri ile ilgili ne söyleyebileceği anlamı yatmaktadır.

Katılımcılar sporu hem ortak yakın ilişkiler geliştirme fırsatı olarak hem de sosyal statü ve tanınırlık kazanarak sporda diğerlerinin duygularında ve hareketlerinde bir etkiye sahip olabilme fırsatı olarak görmektedir. Bu yüzden sosyal güdülenme yönelimi kavramı spor katılımının kalitesindeki farklılıklara yol açan psikolojik sürecin anlaşılmasında önemli yararlar sağlayacaktır (Allen, 2003; 551-567).

Ekstrem spor katılımını sağlayan faktörlerden dördüncüsü, fiziksel fitness değişkenidir. Kişilik ve fiziksel fitness arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok araştırma bulunmaktadır. Bu konu ile ilgili ilk çalışmalar fiziksel fitnessin bir çıktısı olarak kişilik üzerine odaklanmıştır (Tillman, 1965: 483-489; Weber, 1953: 471-474 Young ve Ismail, 1977: 617-622). Yapılan son çalışmalar ise fiziksel fitnessin belirleyicisi olarak kişilik üzerine odaklanmıştır (Potgieter ve Venter, 1995: 520-522; Szabo, 1992: 978; Yeung ve Hemsley, 1997: 47-53). Fiziksel fitness belirleyicisinin kişilik olduğunu savunan araştırmalarda inaktif ve aktif bireyler arasındaki karşılaştırmalar (Szabo, 1992: Yeung ve Hemsley, 1997:) ya da yapılandırılmış bir egzersiz programından kaynaklanan bağımlılık (Potgieter ve Venter, 1995: 520-522; Welsh, ve ark., 1991: 1327-1335) dikkate alınmıştır.

Yapılan araştırmalardan görülebileceği gibi, birçok araştırmanın ortak noktalarından birisi spor katılımında ve tüketiminde fiziksel fitness güdüsünün varlığıdır. Fiziksel fitness ya da fiziksel bir şekilde fit olarak yaşama isteğinin, spor katılımı ve tüketimi için belki de en yaygın sebeplerden biri olduğu söylenebilir (McDonald ve Milne, 1999: 21-38; McDonald, Milne ve Hong 2002: 100-113; Park, 2004: 61-68; Park Ko ve Claussen 2008: 111-124). Fiziksel fitness yapısı iyi bir fiziksel kondisyon ve sağlığın ifadesi olarak tanımlanabilir. Adamson ve Wade (1986), spor katılımını güdüleyen öncelikli faktörün fiziksel fitness olduğunu saptamışlardır. Jones, Mackay ve Peters (2006), fiziksel fitnessin özsaygı, yetenek gelişimi, arkadaşlık ile birlikte önemli bir güdüleyici faktör olduğunu ifade etmektedir. Courneya ve ark., (1998), egzersiz davranışı ile ilgili kişilik üzerine yapmış olduğu

araştırmada hem dışa dönük hem de dikkatli olma özelliği gösteren bireylerin fiziksel fitness güdüsünden önemli derecede güdülendiğini vurgulamaktadır.

Ekstrem spor katılımını sağlayan faktörlerden beşincisi, stres atma değişkenidir. Egzersiz ve sağlık arasındaki doğrudan ilişkiyi koroner kalp hastalığı, şeker hastalığı, kemik minerali yoğunluğu, kolon kanseri, yaşam tatmini ya da depresyon gibi değişkenler üzerinde yapılan araştırmalar ortaya koymuştur (Kobasa ve ark., 1982: 391-404). Bu etkiler, ancak bireyin algısındaki stres miktarının bağımsızlığıyla meydana gelmektedir. Egzersiz stresin azaltılmasına koruyucu bir katkı sağlamaktadır. Örnek olarak, yalnızlık duygusunun azaltması ya da duyarlılığı/hassasiyeti azaltması verilebilir. Deneysel çalışmalardan alınan sonuçlar egzersizin genellikle daha düşük stres düzeyleriyle ilişkili olduğunu göstermektedir. Aldana ve ark., (1999), yüksek düzeydeki aktif bireyler ile düşük düzeyde aktif olan bireyleri yaş ve cinsiyete göre karşılaştırmış ve yüksek düzeydeki aktif bireylerin stresi algılama düzeylerinin daha düşük olduğunu ortaya koymuştur. Schnohr ve ark., (2005), egzersiz ve stres arasındaki nedensel bağlantıyı ortaya koymuş ve egzersiz artırıldığında stres düzeyinin azaldığını belirlemişlerdir. Alternatif olarak bazı araştırmalar yüksek stres düzeyinin düşük egzersize sebep olup olmadığını araştırmıştır. Örneğin, Steptoe ve ark., (1997), kolej öğrencilerinin sınav dönemi yaklaştığında inaktifliklerinin arttığını belirlemiştir. Oaten ve Cheng (2005), kadınların stres düzeyleri arttığında fitness antrenmanlarında önemli derecede azalma olduğunu rapor etmiştir.

Stres ve sağlık ilişkisinde potansiyel etkiye sahip olan diğer kişilik (özsayı v.b.) ve sosyal kaynaklar (sosyal destek v.b.) egzersiz sayesinde kuvvetlenebilir. Örnek olarak, aktif yaşam stiline ya da hareket ettirici deneyime uyum sağlama hakim olma/üstünlük duygusuna yol açmaktadır. Bu yüzden, günlük problemler ve engellerin üstesinden gelmek için kendine güven duygusu önemlidir. Dahası, egzersizin kişilik ve sosyal kaynaklardaki stresten kaynaklanan uyarılma kayıplarına karşı koruma özelliğine sahip olduğu söylenebilir (Gerber ve Puhse, 2009: 801-819). Birkaç mekanizma stresin patolojik etkisini egzersizin nasıl azalttığını açıklayabilir. Birincisi, azalan uyarılma (bilişsel dikkat ya da biyokimyasal değişikliklerden kaynaklanan ruhsal durumun kuvvetlenmesi v.b.) ya da stresin yüksek olduğu durumlarda (sigara azaltma, daha sağlıklı yeme alışkanlığı v.b.) daha olumlu sağlık davranışlarıdır. İkincisi egzersiz, sağlıklı durumun daha yüksek düzeyleri ve dolaylı bir sonucu olarak psikolojik stresin daha etkili düzenlenmesine sebep olabilir (Gerber ve Puhse, 2009: 801-819).



Ekstrem spor tüketim davranışını oluşturan değişkenlerden ilki algılanan değerdir. Müşteri/sporcu değeri, firma/spor tarafından ürün ve hizmetle ilgili olarak müşteriye sunulan değerlerin toplamıyla değil, müşteri/sporcu tarafından kendisine sunulan bu değerlerin algılanması ve zihinsel analiziyle ortaya çıkmaktadır (Huber vd., 2001). Dolayısıyla müşteri/sporcu değerinin seviyesinin belirlenmesinde firma/spor tarafından sunulanların, müşteri/sporcu tarafından nasıl algılandığı etkili olacaktır. Müşteri/sporcu değeri konusunda kararlı olan firmalar açısından ise bu durum, onları daha fazla müşteri odaklı olmaya, müşterilerin beklenti ve taleplerini etkin bir şekilde belirlemeye yönelmektedir (Linchental vd., 1997). Çünkü müşterinin algıladığı değer düzeyi önemli ölçüde satın alma öncesi sahip olduğu beklentilere bağlı olmakta ve dolayısıyla müşterinin kendisine sunulanları değerlemesinde önceki beklentileri önemli rol oynamaktadır (Zeithaml, 1988; Woodruff, 1997).

Literatür incelendiğinde tüketici araştırmalarının karar vermede içsel duyguları içeren bilişsel görüşler üzerine odaklanmaya başlamış olmasının, bir amaç ya da deneyim uğruna verilen bir değer varolduğunu göstermektedir. Buna örnek olarak, tüketim sürecinin simgesel, hedonik (zevke dayalı) ve estetik görüşü içeren deneyime dayalı bakış açısıyla tartışılması verilebilir (Holbrook ve Hirschman 1982: 132-140). Holbrook ve Hirschman (1982), ürünün anlaşılma aşamasında var olan bilgiye yönelik bakış açısına yaygın bir şekilde ürünün ya da hizmetin amaca, işlevselliğe ya da performansa ne kadar iyi hizmet ettiğine dayanan yararçı kriter vasıtasıyla karar verildiğini ileri sürmektedir. Buna paralel olarak, Batra ve Ahtola, (1990), düşünmenin ve hissetmenin boyutlarına işaret eden farklı yararçı ve hedonik unsurların varolduğunu desteklemektedir.

Spor katılımı hedonik tüketimin bir formudur. Spor katılımı araştırma alanı olduktan sonra hedonik tüketimin bir alanı olarak dikkate değer araştırma konusu olmaya başlamıştır. Hedonik tüketim, tüketici davranışına yönelik yapılan pazarlama araştırmaları ve aktiviteleri için önemli bir hareket alanı olarak görülmektedir ( Gillian ve Davashish, 1999: 273-290). Hirschman ve Holbrook (1982) hedonik tüketimi, bireyin ürünle ilişkili deneyiminin çok boyutlu duygusal, fantastik ve duygusal görüşleri ile ilgili olan tüketici davranışının kıymetli yönleri olarak tanımlamaktadırlar. Bu görüş, içerisinde risk barındıran sportif aktivitelere neden katılım gerçekleştirildiğini anlamak için önemlidir (Arnould ve Price, 1993: 24-25; Celsi ve ark., 1993: 1-23). Hedonik tüketim ürün kullanımı esnasında hissedilen psikolojik deneyim üzerine odaklanmaktadır. Celsi ve ark., (1993) ekstrem sporların takım branşlarından

biri olan rafting deneyiminin tüketim boyutlarını tarif etmek için yazıya dayalı bir yaklaşım kullanmışlardır. Gökyüzü dalışının heyecan, memnuniyet ve havadayken gökyüzü dalışısının akıyor gibi hissettiği duygularını ve ekstrem spora başlama ile ilgili güdülerini (macera, heyecan, sosyal ve merak) belirlemeye yönelik bir tanımlama üzerinde çalışmışlar ve ekstrem sporların hedonik tüketimden oldukça etkilendiğini ortaya koymuşlardır. Buna paralel olarak, Arnould ve Price (1993) maceralı hayatı ummak ya da farklı bir şeyleri bulmak adlı temalar üzerinde durarak benzer bulgular ortaya koymuştur.

Hedonik tüketimin boş zamanla olan ilişkisi ve zevkin/hazın hedonik tüketim üzerindeki baskın özelliğini en iyi açıklayan kuramlardan biri Logos ve Eros kuramıdır.. Bu kuramda, boş zamanla ilgili yapılan çalışmalarda, boş zamanın modernite ile olan ilişkisinden bahsedilmektedir Modernite, modern boş zamanı meydana getiren ve geliştiren kavram olarak ifade edilmektedir. Modernite, Avrupa'da yaklaşık olarak 17. yüzyıl civarında ortaya çıkan, zamanla tüm dünyaya yayılan toplumsal değerler sistemine ve organizasyonuna verilen isimdir. Genel anlamda gelenek ile karşıtlık ve ondan kopuşun; bireysel, toplumsal ve politik yaşam alanlarının tamamındaki dönüşüm ya da değişim olarak ifade edilmektedir. Felsefi gücünü 18.yüzyıl aydınlanma felsefesi'nden alan modernite, akli ve insanı merkez olarak belirlemekte, toplumsal yaşamı rasyonalize etmekte, dini toplumsal yaşamda arka plana itmekte ve laikliği ilke olarak benimsemektedir. Öznenin ve özgürlük fikrinin yaygınlaşp güçlenmesi ve bunların tüm siyasal ve felsefi düşüncenin merkezi durumuna gelmesiyle anlamını bulmaktadır (Wang, 1984: 121-135; http 80).

Moderniteyi özelleştiren şey Logos ve Eros şeklinde ikiye ayrılmış ve sınırları belirlenmiş (Logos Modernite/Eros Modernite) olarak kurumsallaşmış olmasıdır. Evrensel bir fenomen olan Logos-Eros kutuplaşması özellikle iş ve boş zaman, iş ve oyun, akılcılık ve duygu, gerçeklik ve duygu, iş disiplini ve tüketici kültürü, sistem ve kültür, sosyal düzen ve karnavalımsı yaşam tarzı arasındaki zıtlığı göstermektedir. Eros moderniteyi boş zaman çalışmalarını için yeni bir çerçeve ortaya koymaktadır. Bir kurum olarak boş zaman, Eros olarak ifade edilen ana alan içerisinde zevk veren şey olarak tanımlanmaktadır. Eros zevk, mutluluk ve yaşam tatmininin ilkel kaynağı iken logos düzenin, usul ve kuralın kaynağını oluşturmaktadır. Logos ve Eros birbirleriyle zıt gibi gözükse de aynı zamanda birbirlerine bağımlı iki kavramdır. Başka bir deyişle Eros, Logos tarafından sınırlandırılmaksızın ve yol göstermeksizin ele alındığında ceza ve acı çekmek olarak ortaya çıkabilir diğer taraftan ise Logos mutluluk anlamına gelmektedir. Logos, anlamından ziyade ekstrem ve nihai sonuç

olarak ele alındığında ise gerçek amacının tersine dönüşecektir yani mutluluk anlamından ziyade dehümanizme (canavarlaşmaya) dönüşecektir (Wang, 1984: 121-134).

Ekstrem spor tüketim davranışını oluşturan değişkenlerden ikincisi algılanan tatmindir. Spor tatmini, spora katılım ve spor yapmaktan zevk almanın ayrılmaz bir parçasıdır. Tatminin oluşmadığı durumlarda spor tüketicileri başarı ve zevk almak için başka kaynaklara yönelmektedir (Özdevecioğlu ve Yalçın 2010: 63-76). Özdevecioğlu ve Yalçın (2010) tatminin, sporcunun ne istediği ve ne aldığı algılamasının arasındaki farkı oluşturduğunu ve tatminin sporcularla ilişkili olan fiziksel, psikolojik ve çevresel bakış açılarından elde edildiğini ifade etmektedirler. Sriboon (2001) tarafından sporcu tatmini bir organizasyondaki sporcunun algıladığı yönetim kalitesi ve yaşam kalitesi olarak kabul edilmektedir. Ayrıca, tatmin seviyesi bir sporcunun spor takımı ve çevresiyle ilgili duygu ve düşüncelerinin bir göstergesidir. İnce (2006), sporda tatminin çok çeşitli değişkenlerle bir birleşim içerisinde çalışıldığını belirtmektedir (Özdevecioğlu ve Yalçın, 2010: 63-76).

Chelladurai (1999), spor organizasyonlarının başarısında müşteri tatmini ve isteklerinin hayati öneme sahip olduğunu ve spor organizasyonları içerisindeki müşteri tatmini kavramını deneysel bir şekilde araştırma çabalarının yetersiz kaldığı konusunun yaygın bir şekilde hem uygulayıcılar hem de akademisyenler tarafından kabul edildiğini söylemektedir. Bu durumun, spor hizmetlerinin belirli özelliklerinden dolayı tatminin ölçülmesindeki zorluklarıyla ilişkili olduğundan bahsetmektedir.

Müşteri tatmini ile ilgili müşterinin/sporcunun hizmete/ürüne/spora yönelik gelecekteki davranışlarında ve niyetlerinin belirlenmesinde önemli etkiye sahip olduğunu gösteren birçok kanıt bulunmaktadır (De Ruyter, Wetzels ve Bloemer, 1997: 436-453; McDougall ve Levesque, 2000: 392-410; Taylor ve Baker, 1994: 163-178). Buna paralel olarak, Bittner, Booms ve Tetreault (1990) ve Jones ve Sun (2000) her iki araştırma grubu müşteri (sporcu) tatmini ile ilgili müşterinin (sporcunun) aynı hizmeti/ürünü tekrar kullanma olasılığı üzerinde doğrudan etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde Howat ve ark., (1999), müşteri tatmininin hizmetin/ürünün gönüllü olarak tavsiye edilmesinde pozitif etkiye sahip olduğunu saptamıştır.

Ekstrem spor tüketim davranışını oluşturan değişkenlerden üçüncüsü davranışsal niyetlerdir. Literatürdeki davranışsal niyet kavramı daha çok müşterilerin hizmet aldıktan

sonra hizmetle ilgili düşündükleri ışığında yapacakları davranışları kapsamaktadır. Lin ve ark., (2005) göre davranışsal niyetin, müşterilerin organizasyondan hizmet almaya devam edeceklerinin veya organizasyonu terk edeceklerinin bir göstergesi olduğunu ileri sürmektedir. Zeithaml ve Bitner (2003) yaptıkları çalışma ile davranışsal niyette hizmet/ürünün özellikleri ile müşteriler (sporcular), ürün hakkında pozitif düşünceler besleyip ürünü diğer bireylere tavsiye edeceğini, ürüne bağlı kalacağını veya ürün için daha çok harcama yapacağını ortaya koyarken, Liu ve diğerleri (2005) ise yaptıkları çalışmada davranışsal niyetin boyutlarını ortaya koyarak bu boyutları tekrar satın alma, yeniden ziyaret etme, başkalarına tavsiye etme ve pozitif gözlemler olarak sıralamışlardır. Literatürdeki davranışsal niyetler ile ilgili alan yazını incelendiğinde, davranışlar üç başlık altında toplanabilir: Hizmeti satın alan kişi hizmet aldığı tesisi/sporu yeniden ziyaret edebilir ve uygulayabilir. Bu tesisi arkadaşlarına tavsiye edebilir veya bu tesisle ilgili olumlu düşüncelere sahip olarak tesisin gönüllü reklamını yapabilir. Tatmin üzerinde yapılan birçok araştırmada tüketici tatmini ve davranışsal niyetler arasında pozitif bir ilişkinin varlığından bahsedilmektedir (Brady et al., 2001; 129-149; Cronin et al., 2000: 193-218; Johnson & Fornell, 1991: 267-286). Yüksek düzeyde tatmin olan tüketiciler daha fazla tekrar satın alma eğilimi göstermekte ve satın aldığı ürünü tavsiye etmektedir (Zeithaml ve ark.,1996: 31-46). Diyer bir deyişle, tatmin olan tüketicinin tekrar satın alma sıklığı artmaktadır. E-ticaret ve online alışverişler ile ilgili var olan araştırmalar benzer sonuçları göstermektedir (Collier, ve Bienstock, 2006: 260-275; Lee ve Lin, 2005: 161-176). Telefon endüstrisi ile ilgili araştırmalar arasında, Gerpott, Rams ve Schindler, (2001), ve Tung, (2004), Almanya ve Singapur'daki telefon endüstrisini incelemiş ve bu araştırmacılar da tüketici tatmini ile davranışsal niyetler arasında pozitif ilişkinin var olduğunu belirtmiştir. Dahası, Kanada ve Çin'deki telefon endüstrisi ile ilgili araştırmalar da benzer sonuçları desteklemektedir. (Turel ve Serenko, 2006: 314-331; Wang ve ark., 2004: 325-340). Kuo, Wu ve Deng (2009) yapmış oldukları yapısal eşitlik modeli çalışmasında, algılanan değer ve algılanan tatminin davranışsal niyetler üzerinde doğrudan bir etkisinin var olduğunu ortaya koymuştur.

## 6.7. Ekstrem Spor Tüketim Faktörlerinin Demografik Özelliklere Göre Farklılaşma Durumu (T-Testi, ANOVA)

Ekstrem sporcuların demografik özelliklerine bağlı olarak ekstrem spor tüketimini etkileyen faktörleri değerlendirmelerinde farklılığın olup olmadığını belirlemek için ANOVA ve T-Testi analizleri yapılmıştır. Yapılan analiz sonucu, ekstrem sporcuların cinsiyetlerine, yaş gruplarına ve hane gelir düzeylerine bağlı ekstrem spor tüketimini etkileyen faktörleri farklı değerlendirdikleri saptanmıştır.

**Tablo 27: Ekstrem Spor Tüketim Faktörlerinin Ekstrem Sporcuların Cinsiyetlerine Göre Farklılaşma Durumu**

FAKTÖRLER	CİNSİYET	N	Ortalama	Sd.	t	p
Sosyalleşme	Kadın	907	4,23851	,5390	-,079	,937
	Erkek	667	4,24063	,4986		
Değerler	Kadın	907	4,12662	,4820	-,778	,437
	Erkek	667	4,14585	,4871		
Heyecan ve Macera Arama	Kadın	907	3,98766	,5501	-1,297	,195
	Erkek	667	4,02338	,5264		
Fiziksel Fitness	Kadın	907	4,17805	,6104	,384	,701
	Erkek	667	4,16642	,5736		
Stres Atma	Kadın	907	4,30567	,5444	1,308	,191
	Erkek	667	4,26800	,5912		
Algılanan Tatmin	Kadın	907	4,33325	,5366	-,051	,959
	Erkek	667	4,33470	,5866		
Algılanan Değer	Kadın	907	3,94303	,8129	2,179	,029 □
	Erkek	667	2,88755	,8529		
Davranışsal Niyetler	Kadın	907	4,33076	,5213	,167	,867
	Erkek	667	4,32624	,5442		

□ □ p<.01, □ p<.05

(1= Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum)

Ekstrem spor tüketimini etkileyen faktörlerin, cinsiyete göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğini ortaya koymak amacı ile t-testi uygulanmıştır. Yapılan t-testi sonuçlarına göre algılanan değer faktörü (t=2,179; p=029) cinsiyete göre anlamlı farklılık

göstermektedir. Anlamli farklıliğın olduğu faktörde kadınların ortalaması erkeklerden yüksektir. Sosyalleşme ( $t = -79$ ;  $p = 937$ ), değerler ( $t = -778$ ;  $p = 437$ ), heyecan ve macera arama ( $t = -1,297$ ;  $p = 195$ ), fiziksel fitness ( $t = 384$ ;  $p = 701$ ), stres atma ( $t = 1,308$ ;  $p = 191$ ), algılanan tatmin ( $t = -51$ ;  $p = 959$ ) ve davranışsal niyet ( $t = 167$ ;  $p = 867$ ) faktörleri ise cinsiyete göre istatistiksel bakımdan anlamlı farklılıklar göstermemektedir.

**Tablo 28: Ekstrem Spor Tüketim Faktörlerinin Ekstrem Sporcuların Hane Gelirlerine Göre Farklılaşma Durumu**

Faktörler	Hane Gelir Durumu	n	Ortalama	Sd.	F	p
Sosyalleşme	1.000 TL ve daha az	114	4,32163	,4754	1,430	,210
	1.001-2.000 TL	440	4,19814	,5320		
	2.001-3.000 TL	313	4,25506	,5145		
	3.001-4.000 TL	258	4,21835	,4222		
	4.001-5.000 TL	282	4,25295	,5559		
	5.001 TL ve daha fazla	167	4,27245	,6106		
Değerler	1.000 TL ve daha az	114	4,09328	,5942	2,004	,075
	1.001-2.000 TL	440	4,09085	,4714		
	2.001-3.000 TL	313	4,16385	,4418		
	3.001-4.000 TL	258	4,11682	,4603		
	4.001-5.000 TL	282	4,16628	,4974		
	5.001 TL ve daha fazla	167	4,20701	,5149		
Heyecan ve Macera Arama	1.000 TL ve daha az	114	3,92808	,5830	3,884	,002 □□□
	1.001-2.000 TL	440	3,96182	,4846		
	2.001-3.000 TL	313	3,94824	,5257		
	3.001-4.000 TL	258	4,02558	,5279		
	4.001-5.000 TL	282	4,08936	,5842		
	5.001 TL ve daha fazla	167	4,08264	,5928		
Fiziksel Fitness	1.000 TL ve daha az	114	4,27632	,6899	2,368	,038 □□
	1.001-2.000 TL	440	4,12500	,6261		
	2.001-3.000 TL	313	4,22125	,5433		
	3.001-4.000 TL	258	4,11530	,6195		
	4.001-5.000 TL	282	4,20832	,5522		
	5.001 TL ve daha fazla	167	4,16915	,5503		
Stres Atma	1.000 TL ve daha az	114	4,36185	,5694	2,614	,023 □
	1.001-2.000 TL	440	4,26647	,5409		
	2.001-3.000 TL	313	4,30032	,6068		
	3.001-4.000 TL	258	4,24612	,5143		
	4.001-5.000 TL	282	4,25355	,5511		
	5.001 TL ve daha fazla	167	4,41017	,6228		

Algılanan Tatmin	1.000 TL ve daha az	114	4,39035	,5931	1,703	,131
	1.001-2.000 TL	440	4,33692	,5823		
	2.001-3.000 TL	313	4,32267	,5690		
	3.001-4.000 TL	258	4,25582	,5167		
	4.001-5.000 TL	282	4,31370	,5080		
	5.001 TL ve daha fazla	167	4,34880	,5846		
Algılanan Değer	1.000 TL ve daha az	114	4,03216	,8935	9,445	,001 □ □ □
	1.001-2.000 TL	440	3,76816	,8680		
	2.001-3.000 TL	313	3,76040	,8793		
	3.001-4.000 TL	258	3,98836	,7521		
	4.001-5.000 TL	282	3,98936	,8054		
	5.001 TL ve daha fazla	167	4,16566	,6255		
Davranışsal Niyetler	1.000 TL ve daha az	114	4,31930	,5483	1,146	,334
	1.001-2.000 TL	440	4,36500	,5025		
	2.001-3.000 TL	313	4,30798	,5837		
	3.001-4.000 TL	258	4,29534	,5052		
	4.001-5.000 TL	282	4,30142	,4902		
	5.001 TL ve daha fazla	167	4,37724	,5888		

□ □ p<.01, □ p<.05

(1= Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum)

Ekstrem spor tüketim faktörlerinin yaş gruplarına göre farklılaşma durumunu ortaya koyabilmek amacıyla ANOVA testi yapılmıştır. Ekstrem spor tüketim faktörlerinin hane gelir durumu gruplarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı değerlendirildiğinde anlamlı bir farklılığın; heyecan ve macera arama ( $F= 3,884 / ,002$ ), fiziksel fitness ( $F= 2,368 / ,038$ ), stres atma ( $F= 2,674 / ,023$ ), algılanan değer ( $F= 9,445 / ,000$ ) arasında olduğu görülmektedir. Anlamlı farklılaşmanın hangi alt gruplar arasında çıktığını ortaya koymak amacıyla yapılan Post Hoc testlerinden Tamhane'ye (Levene Test  $p<.05$ ) göre heyecan ve macera arama faktöründe 1001-2000 TL hane gelir durumu, 2001-3000 TL hane gelir durumu ve 4001-5000 TL hane gelir durumuna sahip olanlar arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Algılanan değer faktöründe Scheffe'ye (Levene Test  $p>.05$ ) göre 1001-2000 TL hane gelir durumu, 2001-3000 TL hane gelir durumu, 4001-5000 TL ve 5001 ve üstü hane gelir durumuna sahip olanlar arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Fiziksel fitness ve stres atma faktörlerinin alt gruplarında Post Hoc testlerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar ortaya çıkmamıştır.

**Tablo 29: Ekstrem Spor Tüketim Faktörlerinin Ekstrem Sporcuların Yaşlarına Göre Farklılaşma Durumu**

Faktörler	Yaş	n	Ortalama	Sd.	F	p
Sosyalleşme	12-14 yaş	86	4,41860	,3869	3,761	,001 □
	15-17 yaş	204	4,22221	,4400		
	18-20 yaş	275	4,16485	,4234		
	21-23 yaş	303	4,23706	,3971		
	24-26 yaş	218	4,30198	,3937		
	27-29 yaş	161	4,32711	,4402		
	30-32 yaş	142	4,20891	,4375		
	33-35 yaş	96	4,11631	,3481		
	36-47 yaş	89	4,21134	,4542		
Değerler	12-14 yaş	86	4,28405	,4640	4,422	,001 □
	15-17 yaş	204	4,05392	,5305		
	18-20 yaş	275	4,05925	,4926		
	21-23 yaş	303	4,11127	,5158		
	24-26 yaş	218	4,20838	,4705		
	27-29 yaş	161	4,23070	,3954		
	30-32 yaş	142	4,14071	,4847		
	33-35 yaş	96	4,08928	,4244		
	36-47 yaş	89	4,19261	,4120		
Heyecan ve Macera Arama	12-14 yaş	86	4,14884	,5070	3,699	,001 □
	15-17 yaş	204	3,94412	,5043		
	18-20 yaş	275	3,98982	,5482		
	21-23 yaş	303	3,97756	,5569		
	24-26 yaş	218	4,07432	,5081		
	27-29 yaş	161	4,13044	,4771		
	30-32 yaş	142	3,92816	,5633		
	33-35 yaş	96	3,93126	,5831		
	36-47 yaş	89	3,91236	,5999		
Fiziksel Fitness	12-14 yaş	86	4,21220	,5293	2,698	,006 □
	15-17 yaş	204	4,14827	,6146		
	18-20 yaş	275	4,15362	,6225		
	21-23 yaş	303	4,26003	,5778		
	24-26 yaş	218	4,16627	,5143		
	27-29 yaş	161	4,23137	,5373		
	30-32 yaş	142	4,13907	,6451		
	33-35 yaş	96	3,96875	,7229		
	36-47 yaş	89	4,13765	,5814		



Stres Atma	12-14 yaş	86	4,52325	,4069	3,477	,001 □ □
	15-17 yaş	204	4,35907	,5515		
	18-20 yaş	275	4,21182	,6167		
	21-23 yaş	303	4,29620	,6335		
	24-26 yaş	218	4,31192	,5149		
	27-29 yaş	161	4,24067	,5228		
	30-32 yaş	142	4,22007	,5891		
	33-35 yaş	96	4,24740	,4846		
	36-47 yaş	89	4,31460	,4685		
Algılanan Tatmin	12-14 yaş	86	4,42442	,6371	2,724	,006 □ □
	15-17 yaş	204	4,22917	,7460		
	18-20 yaş	275	4,30817	,5653		
	21-23 yaş	303	4,38120	,4778		
	24-26 yaş	218	4,37155	,5052		
	27-29 yaş	161	4,41925	,5211		
	30-32 yaş	142	4,31162	,5360		
	33-35 yaş	96	4,31770	,4405		
	36-47 yaş	89	4,21067	,4955		
Algılanan Değer	12-14 yaş	86	4,12403	,7738	3,489	,001 □ □
	15-17 yaş	204	3,77776	,8801		
	18-20 yaş	275	3,83393	,8469		
	21-23 yaş	303	4,00990	,7669		
	24-26 yaş	218	3,99540	,7874		
	27-29 yaş	161	3,84056	,8804		
	30-32 yaş	142	3,96950	,8751		
	33-35 yaş	96	3,72916	,6963		
	36-47 yaş	89	3,80523	,9084		
Davranışsal Niyetler	12-14 yaş	86	4,52790	,5086	2,487	,011 □ □
	15-17 yaş	204	4,40392	,5006		
	18-20 yaş	275	4,32000	,5975		
	21-23 yaş	303	4,28844	,5022		
	24-26 yaş	218	4,31560	,4756		
	27-29 yaş	161	4,29566	,6008		
	30-32 yaş	142	4,29860	,5000		
	33-35 yaş	96	4,30208	,4264		
	36-47 yaş	89	4,29888	,5993		

□ □ p<.01, □ p<.05

(1= Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum)

Ekstrem spor tüketim faktörlerinin yaş gruplarına göre farklılaşma durumunu ortaya koyabilmek amacıyla ANOVA testi yapılmıştır. Ekstrem spor tüketim faktörlerinin yaş gruplarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı değerlendirildiğinde anlamlı bir farklılığın; sosyalleşme ( $F= 3,761 / ,000$ ), değerler ( $F= 4,422 / ,000$ ), heyecan ve macera arama ( $F= 3,699 / ,000$ ), fiziksel fitness ( $F= 2,698 / ,006$ ), stres atma ( $F= 3,477 / ,000$ ), algılanan tatmin ( $F= 2,724 / ,006$ ), algılanan değer ( $F= 3,489 / ,000$ ) ve davranışsal niyetler ( $F= 2,487 / ,011$ ) arasında olduğu görülmektedir. Anlamlı farklılaşmanın hangi alt gruplar arasında çıktığını ortaya koymak amacıyla yapılan Post Hoc testlerinden Tamhane'e (Levene Test  $p<.05$ ) göre sosyalleşme faktöründe 12-14 yaş, 18-20 yaş, 24-26 yaş, 27-29 yaş ve 33-35 yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Değerler faktöründe 12-14 yaş, 15-17 yaş, 18-20 yaş, 27-29 yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Heyecan ve macera arama faktöründe 15-17 yaş ve 27-29 yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Fiziksel fitness faktöründe 21-23 yaş ve 33-35 yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Stres atma faktöründe 12-14 yaş, 18-20 yaş, 21-23 yaş, 24-26 yaş, 27-29 yaş, 30-32 yaş ve 33-35 yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Davranışsal niyetler faktöründe 12-14 yaş, 21-23 yaş, 24-26 yaş ve 30-32 yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Algılanan değer faktöründe 12-14 yaş, 15-17 yaş ve 33-35 yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar çıkmıştır. Algılanan tatmin faktörünün alt gruplarında Post Hoc testlerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar ortaya çıkmamıştır.

**Tablo 30: Ekstrem Spor Tüketim Faktörlerinin Ekstrem Sporcuların Branşlarına Göre Farklılaşma Durumu**

<b>Faktörler</b>	<b>Branş</b>	<b>n</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Sd.</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Sosyalleşme	Kaya/Uçurum Atlayışı	36	4,21296	,4947	4,341	,001 □
	Yamaç Paraşütü	153	4,20153	,5666		
	Gökyüzü Dalışı	32	4,32716	,3747		
	BMX	98	4,39626	,4169		
	Dağ Bisikleti	123	4,25610	,4801		
	Agresif Paten	83	4,24296	,4780		
	Kaya Tırmanışı	136	4,25245	,4402		
	Serbest Dalış	40	3,77083	1,0416		
	Kay Kay	101	4,06600	,5059		
	Kar Sörfü	105	4,22856	,4554		
	Su Sörfü	125	4,23200	,5539		
	Delta Kanat	132	4,33080	,4373		
	Uçurtma Sörfü	78	4,12820	,5117		
	Rüzgar Sörfü	123	4,33463	,4227		
	Serbest Stil Motokros	93	4,25626	,4666		
	Elastik İp Atlayışı	37	4,28378	,5149		
	Parkur/Serbest Koşu	79	4,29958	,5279		
Değerler	Kaya/Uçurum Atlayışı	36	4,23810	,4491	5,518	,001 □
	Yamaç Paraşütü	153	4,15780	,4690		
	Gökyüzü Dalışı	32	4,00447	,6300		
	BMX	98	4,18075	,5146		
	Dağ Bisikleti	123	4,11381	,4681		
	Agresif Paten	83	4,21687	,4745		
	Kaya Tırmanışı	136	4,12710	,4693		
	Serbest Dalış	40	3,72857	,8163		
	Kay Kay	101	3,88118	,5387		
	Kar Sörfü	105	4,13332	,4109		
	Su Sörfü	125	4,04914	,5057		
	Delta Kanat	132	4,22294	,4282		
	Uçurtma Sörfü	78	4,24358	,3727		
	Rüzgar Sörfü	123	4,23692	,3271		
	Serbest Stil Motokros	93	4,21351	,4674		
	Elastik İp Atlayışı	37	4,19305	,4507		
	Parkur / Serbest Koşu	79	4,27487	,4522		

Heyecan ve Macera Arama	Kaya/Uçurum Atlayışı	36	3,99444	,5115	6,719	,001 □ □
	Yamaç Paraşütü	153	4,02092	,5694		
	Gökyüzü Dalışı	32	4,06250	,4499		
	BMX	98	4,02654	,4564		
	Dağ Bisikleti	123	3,90732	,5427		
	Agresif Paten	83	4,03132	,5643		
	Kaya Tırmanışı	136	3,95442	,5294		
	Serbest Dalış	40	3,35000	,6606		
	Kay Kay	101	3,90684	,5731		
	Kar Sörfü	105	4,08380	,5112		
	Su Sörfü	125	3,88320	,5876		
	Delta Kanat	132	4,20152	,4877		
	Uçurtma Sörfü	78	4,11794	,5330		
	Rüzgar Sörfü	123	4,03414	,4447		
	Serbest Stil Motokros	93	4,08388	,5050		
	Elastik İp Atlayışı	37	4,11892	,4458		
	Parkur/Serbest Koşu	79	4,01012	,4683		
Fiziksel Fitness	Kaya/Uçurum Atlayışı	36	4,11110	,6019	5,456	,001 □ □
	Yamaç Paraşütü	153	4,11927	,5757		
	Gökyüzü Dalışı	32	4,17187	,5515		
	BMX	98	4,30102	,5930		
	Dağ Bisikleti	123	4,16260	,5544		
	Agresif Paten	83	4,10040	,6907		
	Kaya Tırmanışı	136	4,25735	,6582		
	Serbest Dalış	40	3,63750	,8357		
	Kay Kay	101	3,96040	,7006		
	Kar Sörfü	105	4,16427	,5346		
	Su Sörfü	125	4,16200	,5409		
	Delta Kanat	132	4,22537	,4356		
	Uçurtma Sörfü	78	4,34295	,5066		
	Rüzgar Sörfü	123	4,40040	,4455		
	Serbest Stil Motokros	93	4,12902	,6412		
	Elastik İp Atlayışı	37	4,22972	,5814		
	Parkur / Serbest Koşu	79	4,08227	,5586		

Stres Atma	Kaya/Uçurum Atlayışı	36	4,29167	,5328	4,870	,001 <input type="checkbox"/>
	Yamaç Paraşütü	153	4,15032	,5948		
	Gökyüzü Dalışı	32	4,16407	,7031		
	BMX	98	4,36735	,5117		
	Dağ Bisikleti	123	4,26830	,5083		
	Agresif Paten	83	4,27107	,5299		
	Kaya Tırmanışı	136	4,26287	,5547		
	Serbest Dalış	40	3,83125	,9170		
	Kay Kay	101	4,27722	,5498		
	Kar Sörfü	105	4,27857	,4857		
	Su Sörfü	125	4,32200	,6014		
	Delta Kanat	132	4,37690	,4373		
	Uçurtma Sörfü	78	4,18490	,7775		
	Rüzgar Sörfü	123	4,55895	,4583		
	Serbest Stil Motokros	93	4,28495	,4597		
	Elastik İp Atlayışı	37	4,35810	,4984		
	Parkur/Serbest Koşu	79	4,33545	,4982		
Algılanan Tatmin	Kaya/Uçurum Atlayışı	36	4,27777	,5725	2,124	,006 <input type="checkbox"/>
	Yamaç Paraşütü	153	4,33332	,4891		
	Gökyüzü Dalışı	32	4,46875	,5109		
	BMX	98	4,37410	,7036		
	Dağ Bisikleti	123	4,26625	,6907		
	Agresif Paten	83	4,33125	,5297		
	Kaya Tırmanışı	136	4,35477	,5681		
	Serbest Dalış	40	4,11250	,7115		
	Kay Kay	101	4,18565	,6467		
	Kar Sörfü	105	4,35952	,4765		
	Su Sörfü	125	4,39800	,4763		
	Delta Kanat	132	4,33332	,4900		
	Uçurtma Sörfü	78	4,22435	,5833		
	Rüzgar Sörfü	123	4,49592	,3718		
	Serbest Stil Motokros	93	4,35485	,6060		
	Elastik İp Atlayışı	37	4,29730	,5232		
	Parkur / Serbest Koşu	79	4,35127	,4992		

Algılanan Değer	Kaya/Uçurum Atlayışı	36	3,74073	,7131	4,440	,001 <input type="checkbox"/>
	Yamaç Paraşütü	153	3,89323	,84436		
	Gökyüzü Dalışı	32	3,53126	,7845		
	BMX	98	3,70746	1,0959		
	Dağ Bisikleti	123	3,94850	,8120		
	Agresif Paten	83	3,88353	,9068		
	Kaya Tırmanışı	136	3,63726	,9808		
	Serbest Dalış	40	3,85833	,6310		
	Kay Kay	101	3,66996	,6591		
	Kar Sörfü	105	4,09523	,8069		
	Su Sörfü	125	3,90400	,7849		
	Delta Kanat	132	4,21970	,6753		
	Uçurtma Sörfü	78	4,01283	,7756		
	Rüzgar Sörfü	123	4,03253	,6939		
	Serbest Stil Motokros	93	4,03583	,7477		
	Elastik İp Atlayışı	37	3,74773	,9142		
	Parkur/Serbest Koşu	79	3,94936	,8025		
Davranışsal Niyetler	Kaya/Uçurum Atlayışı	36	4,23888	,6081	2,435	,001 <input type="checkbox"/>
	Yamaç Paraşütü	153	4,35556	,5146		
	Gökyüzü Dalışı	32	4,41250	,5001		
	BMX	98	4,44490	,5704		
	Dağ Bisikleti	123	4,28292	,5413		
	Agresif Paten	83	4,33254	,4677		
	Kaya Tırmanışı	136	4,33236	,4709		
	Serbest Dalış	40	4,01500	,6282		
	Kay Kay	101	4,29900	,5800		
	Kar Sörfü	105	4,40572	,3837		
	Su Sörfü	125	4,21280	,5955		
	Delta Kanat	132	4,35304	,4481		
	Uçurtma Sörfü	78	4,46154	,4805		
	Rüzgar Sörfü	123	4,34796	,5503		
	Serbest Stil Motokros	93	4,37204	,5418		
	Elastik İp Atlayışı	37	4,29730	,5861		
	Parkur / Serbest Koşu	79	4,24304	,5962		

p<.01,  p<.05

(1= Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum)

Ekstrem spor tüketim faktörlerinin ekstrem spor branşlarına göre farklılaşma durumunu ortaya koyabilmek amacıyla ANOVA testi yapılmıştır. Ekstrem spor tüketim faktörlerinin ekstrem spor branşlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı değerlendirildiğinde anlamlı bir farklılığın; sosyalleşme (F= 4,341 / ,000), değerler (F= 5,518 / ,000), heyecan ve macera arama (F= 719 / ,000), fiziksel fitness (F= 5,456 / ,000), stres atma (F= 4,870 / ,000), algılanan tatmin (F= 2,124 / ,006), algılanan değer (F= 4,440 / ,000) ve davranışsal niyetler (F= 2,435 / ,001) arasında olduğu görülmektedir. Anlamlı farklılaşmanın hangi alt gruplar arasında çıktığını ortaya koymak amacıyla yapılan Post Hoc testlerinden Tamhane'e (Levene Test  $p<.05$ ) göre sosyalleşme faktöründe BMX ekstrem spor branşı ile kay kay, uçurtma sörfü, delta kanat ve rüzgar sörfü ekstrem spor branşları arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Değerler faktöründe parkur/serbest koşu branşı ile kaya/uçurum atlayışı, kay kay, yamaç paraşütü, BMX, kaya tırmanışı, delta kanat, uçurtma sörfü, serbest stil motokros ve serbest dalış ekstrem spor branşları arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Heyecan ve macera arama faktöründe delta kanat branşı ile yamaç paraşütü, gökyüzü dalışı, BMX, dağ bisikleti, agresif paten, kaya tırmanışı, serbest dalış, kay kay, kar sörfü, su sörfü, uçurtma sörfü, rüzgar sörfü, serbest stil motokros, elastik ip atlayışı ve parkur/serbest koşu ekstrem spor branşları arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır. Fiziksel fitness faktöründe rüzgar sörfü ile BMX, serbest dalış, kay kay, dağ bisikleti, kay tırmanışı, uçurtma sörfü ve yamaç paraşütü arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Stres atma faktöründe delta kanat branşı ile rüzgar sörfü, yamaç paraşütü, dağ bisikleti, agresif paten, kaya tırmanışı, serbest dalış, kay kay, kar sörfü, uçurtma sörfü ve serbest stil motokros ekstrem spor branşları arasında anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır. Algılanan tatmin faktöründe rüzgar sörfü branşı ile kay kay ve uçurtma sörfü ekstrem spor branşlarında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Algılanan değer faktöründe gökyüzü dalışı, branşı ile delta kanat, kar sörfü, rüzgar sörfü, kay kay, kaya tırmanışı, yamaç paraşütü, ve BMX ekstrem spor branşları arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Davranışsal niyetler faktöründe serbest dalış branşı ile uçurtma sörfü ekstrem spor branşı arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır.

## 7. TARTIŞMA VE SONUÇ

Tez çalışmasının bu bölümünde ekstrem spor tüketimini sağlayan ekstrem spor katılım faktörleri ve tüketim davranışının boyutları olan algılanan değer, algılanan tatmin ve davranışsal niyetler değişkenleri arasındaki ilişkilere yönelik literatür alan yazınına, araştırma sonuçlarına, tez çalışması kapsamında gerçekleştirilen araştırma bulgularına ve araştırmacının yorumlarına yer verilmiştir..

Tez çalışması kapsamında gerçekleştirilen araştırmada oluşturulan kuramsal modelde yer alan ancak uygun olmayan t-değerleri neticesinde kuramsal modelin dışında kalan ilişkiler ( $H_5$ ,  $H_6$ ,  $H_7$ ,  $H_8$ ) söz konusu olmuştur. Bu ilişkiler doğrultusunda model üzerinde modifikasyona başvurulmuş ve uygun model oluşturulmuştur. Yapılan modifikasyonlar sonucunda ekstrem spor tüketim davranışını açıklayabilmeye yönelik sınıanan modelin nedenselliği tarif etme uygunluğunu sergilediği bulunmuştur. Ekstrem spor tüketim davranışı gizil değişkenlerle model içerisinde; değerler, heyecan ve macera arama, sosyalleşme, fiziksel fitness, stres atma, algılanan değer, algılanan tatmin ve davranışsal niyetler değişkenleriyle açıklanabilmektedir. Bu değişkenlerin nedensel ve sürdürücü etkileri diğer araştırma bulguları ile birlikte yorumlanmaya çalışılmıştır.

Ekstrem spor tüketim modelinde ekstrem sporcuların tüketim davranışı sergilemesindeki sebeplerinden biri ekstrem spor tüketicisi tarafından algılanan değerdir. Ekstrem spor tüketim modelinde algılanan değer değişkeni, ekstrem sporcunun değerleri ( $H_1$ ) ve heyecan ve macera arama ( $H_2$ ) güdülerinden etkilenmektedir. İfade edilen üç değişken arasındaki ilişkiler  $H_1$  ve  $H_2$ 'yi temsil etmektedir.

Değerler, insanların davranışlarına rehberlik eden ilkelerdir. Değerler, aynı zamanda insanların yaşamlarında ulaşmak istediği amaçlar ile de ilgilidir. Değerler, uzun sürelidir ve yaşam içinde yavaş yavaş değişmektedir. Dahası, değerler bireylerin tutumlarına ve yargılarına etki etmektedir (Kropp ve ark., 1999:536-557). Araştırmacılar, tüketicilerin alışveriş davranışının ve ürün seçiminin en önemli belirleyicilerinden birinin değer algısı olduğunu ifade etmektedir (Bishop, 1984: 19-20; Doyle, 1984: 15-19; Schlecther, 1984: 12-14; Al-Sabbahy ve ark., 2004: 226-234; Netemeyer ve ark., 2004: 209-224 Petrick & Backman, 2002: 38-45). Zeithaml (1988) algılanan değeri, tüketicinin kabul etme ve verme



algısına dayanarak ürün ya da hizmetin yararını bütünsel bir şekilde değerlendirmesi olarak tanımlamaktadır.

Carman (1978), tüketici davranışını belirleyicisi olarak değerleri içeren bir model geliştirmiştir. Modelinde değerlerin, bireylerin yaşam biçimlerini (ilgiler, aktivite zaman kullanımı ve roller) doğrudan etkilediğini ortaya koymuştur. Bu değerlerin bireylerin tüketim, alışveriş ve medya davranış örneklerinin önemli belirleyicisi olabileceğini ileri sürmektedir. Aktivite ve ilgiler için Jackson (1974), bireylerin boş zaman, iş ve alternatif boş zaman etkinlikleri arasındaki seçimin yönlendirilmesinde değerlerin etkili olduğunu belirtmiştir (Sharon ve ark., 1985: 181-200). Ayrıca, Sharon (1985), sportif boş zaman etkinlikleri yapanların eğlenceden ve arkadaşlardan etkilendiğini ifade etmektedir. Bunun yanı sıra, birçok araştırmada kullanılan Rokeach'ın değerler listesinin "List of Values" birinci kısmını oluşturan "sonuç değerler" özgürlük ve mutluluk kavramları üzerine inşa edilmiştir. Dolayısıyla, "sonuç değerler", özgürlük ve mutluluk kavramlarının değerler üzerindeki baskın yapısını açıkça ortaya koymaktadır. Florental ve Shoham (2000), ekstrem spor katılımcıları ve ekstrem spor katılımcıları olmayanların değerleri arasındaki farkı incelemiş ve çalışmalarında Rokeach (1973)'in "LOV" ölçeğinden yararlanmışlardır. Araştırmaları sonucunda en önemli değer farklarından birinin eğlence faktörü olduğunu saptamışlardır.

Rokeach, (1973)'in "RVS" ölçeği birçok araştırmacı tarafından kullanılmıştır. Buna örnek olarak ekstrem sporlar üzerinde araştırmalar yapmış olan Kahle ve ark., (2004)'ü örnek olarak verilebilir. Kahle ve ark., (2004)'ün Rokeach'ın bireylerin yaşam biçimi ile ilgili olan değerlerler (sonuç değerler) listesinden etkilenmiş olması ve bunun sonucunda "LOV" ölçeğini yaratmaları tez çalışması kapsamında değerler değişkeninin oluşmasında önemli bir kılavuzluk özelliği göstermektedir. Kahle ve ark., (2004)'ün geliştirmiş olduğu "LOV" ölçeğindeki eğlenceli yaşam biçimi, ait olma hissi, özsaygı ve özgürlük duygusu bu noktada ekstrem sporcuların neden ekstrem spora değer verdiğini açıklayabilmektedir. Ekstrem spor sayesinde, katılımcılarının elde ettiği eğlence, aidiyet, özsaygı, özgürlük ve farklılık arayışı'dan meydana gelen değerler değişkeni ekstrem spor tüketim davranışına sebep olan tüketici değer algılamasının alt boyutlarından biri olarak ifade edilebilir.

Riskli aktivitelerin bir çoğuyla ilişkilendirilen Zucherman /1973)'nin geliştirmiş olduğu Duygu Arama Ölçeği'den yararlanılarak ortaya konulan heyecan ve macera arama değişkeni, ekstrem spor tüketim davranışını geleneksel spor tüketim davranışından ayıran ve

farklılığını ortaya koyan en önemli değişken olduğu söylenebilir. Buna paralel olarak, ekstrem sporların bir çok türü ile ilişkilendirilen (gükyüzü dalışı (Hymbaugh ve Garrett, 1974), nehir kayağı ve kano (Campbell, Tyrrell, ve Zingaro, 1993), dağcılık (Breivik, 1996), kaya tırmanışı (Robinson, 1985), nehir kayağı, kano (Boga, 1988), rafting, dağ bisikleti (Schneider, 2001), paraşüt (Hymbaugh ve Garret, 1974; Rowland ve Ark. 1986), tüplü dalış (Heyman ve Rose, 1980), Duygu Arama Ölçeği'nin alt boyutlarından biri olan heyecan ve macera arama değişkeninin ekstrem spor tüketimini açıklamada ne kadar önemli bir yere sahip olduğu kolaylıkla görülebilir.

Literatürde görülebileceği gibi heyecan ve macera aramanın alt boyutları olan heyecan arama, zevk/haz ve risk alma arzusu ekstrem sporların karakteristik özelliğini oldukça iyi yansıtmaktadır. Çünkü ekstrem sporcular yapmış oldukları etkinlikten kaynaklanan yüksek düzeydeki zevke/haza ve heyecana karşılık almış oldukları risk ile ekstrem spora katılım sağlamaktadır. Ekstrem sporcuların sonunda ölüm riski dahi olsa heyecan ve zevk uğruna ekstrem sporu yapıyor olmaları başlı başına geleneksel sporlardan ayırıcı bir özellik olarak ifade edilebilir. Sakatlık ve ölüm riskinin yüksek olduğu ekstrem sporlar, katılımcılarının neden riskli davranışı seçtiğinin açıklanmasında ise Apter (1988)'in, ileri sürmüş olduğu “Reversal Teori” ile açıklanabilmektedir.

“Reversal Teori”de var olan metagüdüleyici iki durumdan biri olan paratelik baskınlık bireylerin riskli aktiviteye neden katıldığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, ekstrem spor tüketimiyle ilgi heyecan ve macera uğruna verilen bireysel değer, tüketim davranışının temel nedenlerinden olan tüketici değer algılamasını etkileyen boyutlarından biri olarak ifade edilebilir. Tüketici davranışının nedenlerinden biri olan tüketici değer algılaması, spor pazarlaması literatüründe deneyime bağlı olan duygusal değer algılaması ile yakından ilişkilendirilmektedir. Çünkü duygusal değer algılamasında zevke dayalı hedonik tüketim oldukça baskın bir rol üstlenmektedir. Arnould ve Price (1993)'ın rafting sporu ile ilgili yaptığı çalışma ve Celsi ve ark. (1993)'nın skydiving ile ilgili yaptığı araştırmalar deneysel bir bakış açısıyla ekstrem sporları tartışmaktadır. Bu çalışmalar ekstrem spor tüketiminde hedonik görüşün yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Hedonizm “zevk ile meşgul olma ve zevk aramaya adanan bir yaşam stili” ile ilgili zevk doktrinini olarak tanımlanmaktadır (Hopkinson ve Pujari, 1999: 273-290). Odabaşı (2004), pazarlama ve tüketici davranışları yazınına bakıldığında, tüketimin yeni boyutlar

kazanmaya başladığını ve günümüz tüketicisinin post-modern tüketim özelliklerini sergilemeye başladığını vurgulanmaktadır. Tüketici davranışları literatüründe tüketimin fonksiyonel boyutunun yanında sembolik (hedonik tüketim, gösteriş tüketimi ve plansız alışveriş) yönünün giderek daha ağır bastığını ifade etmektedir. Ayrıca, Odabaşı (2003), modern tüketim toplumlarında tüketim olgusunun duygusal, hissi veya tecrübe boyutunun öne çıktığını, satın alma sürecinde geleneksel anlayıştan belirgin derecede sapmalar veya farklılıklar gösteren hedonik tüketimin, tüketici davranışları açısından giderek daha fazla oranda inceleme konusu olmaya başladığından bahsetmektedir. Bunun yanında, Shiffman ve Kanuk, (2000), tüketicilerin satın alma kararlarında geleneksel satın alma karar süreci modellerinde ortaya konulmaya çalışılan rasyonel satın alma kararı yerine, rasyonellik dışı diğer dışsal veya içsel etmenlerin ve durumsal faktörlerin yönlendirmesi ile satın alma kararlarını gerçekleştirme eğiliminde olduğunu belirtmektedir. Ancak, ülkemizde tüketici davranışları, özellikle de satın alma davranışları, bağlamındaki çalışmaların büyük oranda geleneksel model çerçevesinde şekillendiği hazzcı tüketim ve plansız satın alma konularının görece olarak yeterince araştırma konusu yapılmadığı izlenmektedir (Altunışık ve Çallı, 2004: 231-240).

Ekstrem sporlarda hedonik tüketiminin varlığı alan yazınında desteklenmektedir. Dolayısıyla, hedonik tüketimin değer algılamasının alt boyutlarından biri olan tüketicinin duygusal değer algılaması ile ilişkili önemli bir tüketim özelliği olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra, uyguladığı ekstrem spor branşından zevk ve heyecan arama uğruna risk alan ve değer veren bireyin hedonik bir tüketim gerçekleştirerek duygusal anlamda değer verdiği bir olguyu tatmin edebileceği ifade edilebilir.

Ekstrem spor tüketim modelinde ekstrem sporcuların tüketim davranışı sergilemesindeki sebeplerinden bir diğeri ekstrem spor tüketicisi tarafından algılanan tatmin'dir. Ekstrem spor tüketim modelinde ekstrem sporcuların tatmin olmasını sağlayan değişkenler ise sosyalleşme ( $H_8$ ), fiziksel fitness ( $H_9$ ) ve stres atma ( $H_{10}$ ) güdüleridir.

Papaioannou ve ark., (2002), sporcuların aileleri, arkadaşları, taraftarları ya da takım arkadaşları tarafından onaylanma çabalarından kaynaklanan güdülenmenin küçümsenmemesi gerektiğini ve sosyal onaylanma amacıyla spor tatmin ilişkisinin bunun kanıtı olduğunu ileri sürmektedir. Bu noktada, sporcunun yeterliliğinin ve sosyal onaylanma amaçlarının aile,

antrenör ve en iyi arkadaşlar tarafından desteklenmesinin spordaki tatmin ile pozitif bir ilişki içerisinde olması gerektiğini ifade etmektedirler.

Spordaki tatmin, yeterlilik ve sosyal onayın amaçlarını pozitif olarak teşvik eden sosyal çevrenin algısına karşılık gelmektedir. Var olan literatür ve meta-analizler sporcuların spor tatmininde yeterlilik-yönlendirilmiş şartların (sosyal onaylanma ve yeterlilik) pozitif etkisini desteklemektedir (Duda, 2001: 129-182; Ntoumanis ve Biddle, 1999: 315-332). Gençler bu ilişkilere girerek zekasıyla, sportif ve sanatsal yetenekleriyle kendini arkadaş grubu içerisinde kanıtlamaya çalışmaktadır (Yörükoğlu, 1990:70). Arkadaş grupları boş zamanları değerlendirme, oyun, takım tutma, müzik, alışkanlık kazanma, cinsel davranışlar gibi konularda çocukların ve gençlerin hayat görüşleri ve davranışlarını önemli ölçüde etkilemektedir (Yetim, 2000: 152). Arkadaş ortamında, çevrede ve okul ortamındaki oyunun ve sportif aktivitelerin çocuğun topluma alışmasında ve böylece sosyalleşmesinde çok önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir (Yetim, 2000: 157).

Özdiñç, (2005) spor yapmayan öğrencilere gerekçeleri sorulduğunda öğrencilerin “arkadaş grubunda spor yapmanın olmaması”nı gerekçe olarak gösterdiğini belirtmiştir. Aynı araştırmada spor yapmaya yönelten etmenler sorulduğunda “arkadaş grubunun teşviki” baskın bir etken olarak ortaya çıkmaktadır. Dahası, gençlerin sosyalleşme sürecinde sporun birey üzerinde olumlu etkisinin bilincinde olduğunu ifade edilmektedir (Özdiñç, 2005:80-81). Yapılan bir başka araştırmada, arkadaş grubunun spora katılımdaki etkisi araştırılmış ve arkadaş grubunun spora yönelme üzerinde önemli bir etkisinin olduğu görülmüştür (Kılıçgil, 1998:59).

Moschis ve Stephens (1975) tüketicinin sosyalleşme çıktılarını tüketici yeteneğine işaret eden bilişsel ve davranışsal edinim olarak düşünmektedir. Tüketicinin sosyalleşmesindeki elementlerden biri olan arkadaşların, tüketici yeteneğinin edinilmesinde önemli bir etkiye sahip olduğu araştırmalarla ortaya konulmuştur. Araştırmalar sonucunda tüketicinin etki edici elementleri ya da tüketim etkisinin arkadaşlar tarafından öğrenildiği bilinmektedir. Bunun yanı sıra, Moschis ve Churchill (1978), gençlerin satın alma sürecinin ve alışveriş alanlarındaki malzeme ve hizmetlerin farkında olabilmesi ise arkadaş ile etkileşimin bir sonucu olduğunu rapor etmiştir. Dolayısıyla, bireylerin arkadaşlarıyla zaman geçirerek sosyalleşmesinin farklı ürünlerin (farklı sporlar, takımlar ya da oyuncular) bireylere tanıtımında önemli bir role sahip olduğu düşünülebilir ( Jeffrey, 1999: 72-86).

Sosyalleşme bireylerarası spora bakış açısıyla ilişkilidir. Özellikle, sosyalleşme sosyallik için bir istek ve bireyin spor etkinliğini diğerleriyle (aile, arkadaş ve izleyiciler) etkileşim içerisine girme fırsatı olarak algıladığını göstermektedir. Bireyler, spor etkinliklerini insan ilişkilerini kuvvetlendirme amacıyla diğerleriyle etkileşim fırsatı olarak gördüğü için güdülenmektedir. Bu tanım, grup ilişkisi (aidiyet), aile ilişkisi, arkadaş ilişkisi (arkadaşlık) ve sosyal etkileşim ile örtüşmektedir (Funk ve ark., 2004: 35-61; Madrigal, 2006: 267-292; Trial ve James, 2001: 108-127; Wann, 1995: 377-396).

Ekstrem spor tüketicisinin taminini sağlayan değişkenlerden bir diğeri fiziksel fitness güdüsüdür. Spor ve egzersiz katılımı üzerine yapılan ilk araştırmalar gençlerin katılımı üzerine odaklanmıştır (Alderman ve Wood, 1976: 169-176; Gill ve ark., 1983: 1-14; Gould ve ark., 1985: 126-140; Adamson ve Wade, 1984: 3-10; Klint ve Weiss, 1987: 55-65; Wankel ve Kreisel, 1985: 51-64; McGuire ve Cook, 1983: 9-16; Robinson ve Carron, 1982: 364-378). Genç sporcular arasındaki bu güdülenmeyle ilgili çalışmaların ortak noktası genç sporcuların spora katılımına sebep olan birçok güdünün varlığıdır. Bu güdüler arasında en sık kullanılanları ise fiziksel fitness, eğlence, yetenek gelişimi ve mücadele güdüleridir. Yetişkinlerin spor katılımına yönelik yapılan araştırmalara ise Summers, Machin ve Sargent (1983) ve Summers ve ark., (1982)'nin yapmış olduğu araştırmalar örnek olarak verilebilir. Bu araştırmalar maraton koşucularının neden başlangıçta koşucu olduklarını daha sonra da neden marathon koşucusu olduklarını ortaya koymuştur. Araştırmalarda mücadele, başarıma duygusu, kişisel tatmin ve fiziksel fitness maratona katılım sebepleri (güdüleri) olarak belirlenmiştir. Koşucuların ise fiziksel fitness durumlarını geliştirmek, kilo vermek ve sağlıklarını geliştirmek için koşuya başladıkları belirlenmiştir.

Biddle ve Baley (1985)' yetişkinlerden oluşan bir fitness sınıfının güdülenmesiyle ilgili çalışma yapmışlardır. Araştırmada bayanların sosyalleşme ve stres atma sebebiyle erkeklerin ise sağlık ve fiziksel fitness sebebiyle spora katılım sağladığı sonucuna varılmıştır. Mathes ve Battista (1985), spora katılım güdülenmesi ile ilgili Kenyon (1968)'nin teorik bakış açısını kullanarak sporcu olan ve olmayan kolej öğrencileri üzerinde araştırma yapmıştır. Bu grup üzerinde göze çarpan yarışma, sağlık ve fiziksel fitness isimli üç güdüden söz etmektedirler. Araştırmacılar diğer araştırmacılara benzer bulgular elde etmiş ve bayanların sosyal güdülenmeye erkeklerin ise yarışma ve fiziksel fitness güdülenmesine daha yatkın olduğunu ortaya koymuşlardır. Spora katılım güdülenmesi ile ilgili yakın zamanda yapılan araştırmalarda da fiziksel fitness güdüsünün varlığı mevcuttur. Buna örnek olarak tez

çalışması içerisinde güdülenme ile ilgili verilen (Wankel, 1993: 151-169; Courneya ve ark., 1998: 625-633; McDonald ve Milne, 1999: 21-38; McDonald, Milne ve Hong 2002: 100-113; Park, 2004: 61-68; Jones ve ark., 2006: 28-34; Park Ko ve Claussen 2008: 111-124) araştırmalar örnek verilebilir.

Diener (1984), bireyin yaşamından tatmin olma yolunun ancak yaşamındaki baskın özellikleriyle olabileceğini ifade etmektedir. Bu baskın özelliklerin ise bir işle ilgilenmek, sağlık, fiziksel fitness (fonksiyon), yaşam standardı, seksüel işlevsellik ve daha bir çok özellikle açıklanabileceğini belirtmektedir (Rejeski ve Mihalko, 2001: 23-35). Yapılan araştırmalardan da görülebileceği gibi belki de en çok kullanılan spora katılım güdüsünün fiziksel fitness güdüsü olduğu söylenebilir. Tez çalışması kapsamında gerçekleştirilen araştırmada benzer sonuçlar elde edilmiş ve bireyin tüketici davranışını gerçekleştirmesindeki en büyük sebeplerden biri olan algılanan tatmin duygusunun oluşmasına katkı sağlayan etmenlerden birisinin fiziksel fitness güdüsü olduğu saptanmıştır.

Ekstrem spor tüketicisinin taminini sağlayan değişkenlerden sonuncusu stres atmadır. Stres tanımlanması pek kolay olmayan, betimlenmesi daha çok tercih edilen günümüzün en karmaşık kavramlarından biridir. Kavramı ilk kez Kanadalı fizyoloji bilgini Dr. Hans Selye kullanarak “organizmanın her türlü değişmeye, özel olmayan (yaygın) tepkisidir” şeklinde tanımlamıştır (Yılmaz, 2006: 4).

Altungül, (2006) stresin gizli ve sinsi bir hastalık olduğundan ve kendisini sürantrenmanda (zihinsel, duygusal, sosyal ve bedensel olarak yaşanan tükenmişlik) dahi yansıtılabileceğinden bahsetmektedir. Stresin zararlarının sadece sporcular için değil, antrenörler, teknik direktörler ve diğer yardımcı çalışanlar için de söz konusu olabileceğini ve bu yüzden bireyin kendisine yardımcı olabilmesi için stres yönetimi uygulamalarını bilmesi gerektiğini ifade etmiştir.

Stresi atmanın en önemli yöntemlerinden biri spora katılım vasıtasıyla stresden uzaklaşmaktır (Aldana ve ark., 1999: 315-321; Kobasa ve ark., 1982: 391-404; Schnohr ve ark., 2005: 107-112; Steptoe ve ark., 1997: 845-854; Oaten ve Cheng, 2005: 254-279; Parker ve Smith, 2003: 6-17; Gerber ve Puhse, 2009: 801-819). Ödevecioğlu ve Yalçın (2010) spor tatmininin sporcuların stres ve saldırganlıkları üzerindeki etkisini araştırmış ve spor tatmininin % 15 oranında stresi ve % 8.1 oranında saldırgan davranışları açıkladığını belirlemiştir. Etki

yönünün negatif olduğunu yani spor tatmininin hem stresi hem de saldırganlığı azaltıcı yönde bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuşturlar. Bazı sporcuların saldırgan ve stresli olmalarının muhtemel nedenlerinden birinin de spor tatminlerinin düşük olmasından kaynaklandığını ifade etmişlerdir. Yaptıkları araştırmada saldırganlık ve stres düzeyininin spor tatminini etkilediğini saptamışlardır. Çalışmanın bir başka sonucu ise spor tatmini ile stres ve saldırganlık arasındaki negatif yönlü ilişkidir. Yani spor tatmini arttıkça stres ve saldırganlık düzeyi azalmaktadır (Özdevecioğlu ve Yalçın, 2010: 63-76). Özdevecioğlu ve Yalçın (2010)'nın araştırmalarından tatminin oluşmasında stresin uzaklaştırılmasının önemli bir etken olduğu sonucuna varılabilir.

Tez çalışması kapsamında ortaya konulan ekstrem spor tüketim modelinde ekstrem spor tüketicisinin algıladığı değeri açıklayan “değerler, heyecan ve macera arama” değişkenlerin ekstrem spor tüketicisinin algıladığı değer üzerindeki etkilerinden ve algıladığı tatmini açıklayan “sosyalleşme, fiziksel fitness ve stres atma” değişkenlerin algılanan tatmin üzerindeki etkilerinden bahsettikten sonra ekstrem spor tüketicisinin algıladığı değerin ( $H_{11}$ ) ve algılanan tatminin ( $H_{12}$ ) tüketici davranış niyetleri üzerindeki etkileri açıklanacaktır. Ekstrem spor tüketim modelinde ekstrem spor tüketicisinin davranışsal niyetini açıklayan iki gizil değişken algılanan değer ve algılanan tatmindir.

Task ve ark., (1999) tüketim ve spor katılımı arasında anlamlı bir ilişki bulunduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlamda, spor tüketicisinin tüketim oranları incelendiğinde, spor izleyicilerinden ziyade spor katılımcılarının tüketim oranlarının daha fazla olduğu görülmektedir. Bu bağlamda öncelikle dikkate alınması gereken, katılım sağlayan spor tüketicileridir. Spor katılımcılarını dikkate almanın iki önemli sebebi bulunmaktadır. Birincisi, spor endüstrisi içerisinde spora katılım sağlayanların oranının izleyici oranlarından çok daha fazla olmasıdır. İkincisi, spor ile ilgili hane giderlerinde spor izleyicilerinden ziyade spor katılımcılarının daha baskın olmasıdır (Davies, 2002: 83-102).

Tüketicinin değer algılaması ve tatmin algılaması, pazarlama literatüründe son yıllarda oldukça ilgi gösterilen ve üzerinde oldukça fazla çalışılan kavramlardır (Woodruff, 1997: 139-153; Huber ve ark., 2001: 41-53; Eggert ve Ulaga, 2002: 107-118). Bu kavramlar üzerine yoğunlaşılmasının en önemli nedeni; tüketicilerin satın alma sonrası düşünce ve kararları üzerindeki önemli etkileridir (Lin ark., 2005: 318-336; Eggert ve Ulaga, 2002: 107-118; McDougall ve Levesque, 2000: 392-410). Dolayısıyla, firmalar tüketicilerine daha fazla değer

sunarak onları tatmin etme ve tüketici sadakati sağlama yoluna gitmekte ve böylece rekabet üstünlüğünü sağlamaya çalışmaktadırlar (Woodruff, 1997: 139-153).

Tüketici tatmini ve tüketici değeri kavramları her ne kadar birbiriyle benzer ve tamamlayıcı kavramlar olarak gözükse de ayrı ayrı kavramlar olduğunu vurgulamak gerekmektedir (McDougall ve Levesque, 2000: 392-410). Çünkü tüketici değeri kavramı, tüketicinin kendisine sunulanları değerlemesi sonucu sahip olduğu düşünceyi ifade eden bilişsel/idraki (cognitive) bir kavram iken, tüketici tatmini kavramı satın alma sonrası ortaya çıkan ve bilişsel olmanın ötesinde, tüketicinin gelecekteki tutum ve davranışlarını belirlemede doğrudan yönlendirici olan duygusal (affective) bir kavram olarak açıklanmaktadır (Eggert ve Ulaga, 2002: 107-118; McDougall ve Levesque, 2000: 392-410). Dolayısıyla tüketici değerini, öncelikle tüketici tatminine yol açan ve sonrasında da müşterinin gelecekteki davranış sonuçlarını dolaylı olarak etkileyen bir kavram olarak görme eğilimi literatürde öne çıkmaktadır. Tez çalışması kapsamında gerçekleştirilen araştırma sonucunda da algılanan değer değişkeni algılanan tamin değişkenini yordamaktadır. Dolayısıyla algılanan değer değişkeninin algılanan tatmin üzerindeki etkisinin varlığından söz eden bu görüş ekstrem spor tüketim modeli tarafından desteklenmektedir.

Tüketici tatmini son yıllarda özellikle hizmet firmaları için tüketici sadakati ve pazar performansını artırmak için en temel araçlarından biri haline gelmiştir (Jones ve Sasser, 1995: 89-99; Oliver, 1999: 33-44). Tüketici tatmini genel olarak, satın alma öncesi beklentiler ve satın alma sonrası gerçekleşenler arasındaki oranı ifade eden bir kavram olarak açıklanmaktadır (Parasuraman ve ark.,1988: 154-61; Eggert ve Ulaga, 2002: 107-118). Bu tanımlamaya göre eğer ürün ve hizmetlerin performansı tüketicinin beklentilerine eşdeğer veya beklentilerin üzerinde ise tatmin gerçekleşmektedir. Ancak ürün ve hizmetlerin performansı tüketici beklentilerinin altında ise bu durumda tatminsizlik ortaya çıkmaktadır (Parasuraman ve ark., 1988; 154-61; Woodruff, 1997: 139-93). Tatmin olan spor tüketicileri davranışsal niyetlerini ortaya koymaktadır. Bu durumda, hizmeti satın alan spor tüketicisi hizmet aldığı tesisi/sporu yeniden ziyaret edecek ve spor branşını yeniden uygulayacaktır. Bu tesisi ya da spor branşını arkadaşlarına tavsiye edecek veya bu tesis ya da spor branşı ile ilgili olumlu düşüncelere sahip olduğu için tesisin ya da sporun gönüllü reklâmını yapacaktır. Dolayısıyla, tüketim davranışını gerçekleştirecektir. Türkiye'deki ekstrem spor tüketici davranışının oluşmasında ve gelişmesinde yapılması gerekenler oldukça fazladır. Yapılması gereken çalışmalardan kısaca söz etmek tez çalışması kapsamında önemlidir.



Yeni dünya düzeninde çok büyük bir ekonomik gücü elinde tutan dünya spor endüstrisi içerisinde varlığını kanıtlamış olan ekstrem spor pazarı gittikçe popülerleşmekte ve dünya spor endüstrisi geleceğinin parlayan yıldızı özelliğini taşımaktadır. Türkiye’de ise durum daha farklıdır. Tez çalışması kapsamında yürütülen araştırma sonucunda Türkiye genelinde elastik ip atlayışı, uçurtma sörfü, rüzgar sörfü yamaç paraşütü vb. ekstrem sporların genellikle güney bölgelerinde popülerleştiği fakat ekstrem sporların atası sayılan kay kay ve paten gibi kullanım fırsatı daha kolay olan branşların ise genellikle büyük şehirlerde popülerliğini koruduğu göze çarpmaktadır. Türkiye geneline bakıldığında ekstrem spor branşlarının daha fazla gelişmiş şehirlerde varlığını sürdürdüğü görülmektedir. Dolayısıyla, ekstrem sporların ülke genelinde yaygınlaştırılması için yeni spor politikalarının geliştirilmesi ülke spor endüstrisi bakımından önemlilik arz etmektedir.

Gençlerin daha sağlıklı bir yaşam fırsatı elde edebilmesi, kötü alışkanlıklardan uzaklaşabilmesi, sosyal ilişkilerini geliştirebilmesi, sosyal anlamda etkin bir birey olabilmesi, farklı alternatif spor ortamlarında spor yapabilmesi, farklı spor kültürü oluşturabilmesi ve bilinçli bir spor tüketicisi olabilmesi için ekstrem sporların yaygınlaştırılması konusu önemli olabilir. Bu konuda dikkat edilmesi gereken ise ekstreme spor branşlarının Türkiye spor endüstrisi içerisindeki geleceğini garanti altına alacak çabaları ön planda tutmaktır. Bunun yapılabilmesi için ön şart ise devlet desteği ile ekstrem spor federasyonunun kurulması ve federasyonun ekstrem sporları yaygınlaştırma faaliyetlerini gerçekleştirmesidir. Oluşturulacak olan federasyonun bunu yapılabilmesi için de hızla gelişen ekstrem spor dünyası düzenine en uygun şekilde adapte olması öncelikli şartlardan biridir. Ekstrem spor federasyonu tarafından yurt dışında gerçekleştirilen spor organizasyonlarının yapısı incelenerek Türkiye’ye uyarlanması ve uygun şartların oluşturulması gerekmektedir. Bu adaptasyon sürecinde ise, hem medya desteği hem de finansal destek alması kaçınılmaz ön şartlar içerisinde yer almaktadır.

Türkiye spor endüstrisinin gelişmesi, kendini yenilemesi, istihdam sağlaması ve yeni iş alanlarının oluşturulmasında ekstrem sporların kullanılması konusu ülke spor endüstrisinin önemli kozlarından biri olabilir. Bu konuda Türkiye’ye yönelik yeni spor politikalarının ve bu sporlarla ilgili alt yapının (antrenör, sporcu, spor alanları, organizasyonlar) oluşturulması gerekmektedir. Ayrıca, ülke genelinde üniversitelerde var olan Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulları’nda bu branşlarla ilgili içeriklerin yerleştirilmesi ve eğitim ortamlarının yaygınlaştırılması gerekmektedir. Özellikle bu bölümlerde gerçekleştirilecek olan ekstrem

spor branşları ile ilgili alternatif organizasyonlar desteklenmeli, çeşitlenmeli ve öğrencilerin bu spor branşları ile ilgili farkındalıkları artırılmalıdır. Öğrencilere gelecekteki mesleki hayatlarında bu branşların alternatif bir meslek kariyeri oluşturabileceği anlatılmalıdır. Bu konuda çaba sarf edip kendilerini geliştirmeleri için yeni fırsatlar oluşturulmalı ve kendileri desteklenmelidir.

Yaygınlaştırılmış bir spor branşında her zaman için başarı sağlanmaktadır. Çünkü, popüler olan spor branşındaki ilgi çok sayıdaki sporcunun yetişmesine ve yeni başarıların gelmesine sebep olacaktır. Sportif organizasyonlardaki başarının sonucunda elde edilen ülke imajı ve reklam değerinin ne kadar önemli olduğu bilinmektedir. Bu branşlarla ilgili yapılan organizasyonlarda yurt dışında alınacak başarıların ülke imajına ve reklamına katkısı şüphesiz büyük olacaktır. Bunun yanı sıra, yapılan büyük organizasyonların hem ekonomik hem de tesis bakımından spor altyapısı olarak ülkelere vermiş olduğu katkı gözden kaçırılmamalıdır. Dahası, bu tür organizasyonların spor turizmi açısından ülkeye katkısı dikkate alınmalıdır.

Türkiye’de var olan turizmin ekonomiye olan katkısı milyar dolarlar düzeyinde olmakta ve bu katkı payının daha da artırılması gerekmektedir. 2007 yılında Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenen raporda turizm çeşitlendirmesi stratejisi içerisinde alternatif turizm türlerinden öncelikli olarak sağlık turizmi, termal turizmi, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, ekoturizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizminin geliştirilmesi ile ilgili konu başlıkları bulunmaktadır. Kış turizminin gelişimi için, iç turizm teşvik edilmesi ve gençlerin daha fazla kış sporlarına yönlendirilmesinin sağlanacağı ifade edilmektedir. Bu durumda turizmin çeşitlendirilmesi noktasında spor turizmine ve kış turizmine ekstrem sporların katkısı hiç şüphesiz büyük olacaktır.

Son yıllarda Türkiye’de üniversitelerarası yaz/kış olimpiyatları, dünya basketbol şampiyonası, dünya rüzgar sörfü şampiyonası, dünya plaj hentbolü ve dünya plaj voleybolu gibi gerçekleştirilen büyük spor organizasyonları ve artan sportif aktivite türleri Türkiye spor turizmine katkı sağlamaktadır. Buna paralele olarak, Türkiye’de özellikle doğa sporlarından kaynaklanan spor turizmi oldukça gelişim göstermektedir. Örnek olarak, rafting, trekking, yamaç paraşütü ve dalış gibi alternatif spor branşları verilebilir. Bölgelerinde sportif turizm olanakları ile turizmi geliştirme potansiyelini gören Alanya, Erzincan, Rize, Alaçatı, Selçuk ve Gökova gibi bazı il ve ilçeler kendilerini sportif turizmle özdeşleştirme çabasında büyük başarılar kaydetmektedir.

Boş zamanın ne kadarının turizme ayrılacağı büyük oranda endüstrinin tüketiciye sunacağı ürünlerin cazibesi ile doğrudan ilişkilidir. Yaşam kalitesindeki ve standardındaki gelişim bireylerin boş zaman tüketiminde yeni ve farklı seçenekler ortaya çıkarmaktadır. Bu seçenekler bireylerin hobilerine ve ilgi alanlarına göre değişmektedir. Hobilerin büyük bir bölümü bireylerin yakın çevresiyle etkileşimi sayesinde çeşitlenebilir, giderilebilir ve bireylerin farklı yaşam stilleri edinmesinde kolaylık sağlayabilir. Bireylerin bu hobilerinin ve farklı yaşam stillerinin desteklenmesinde ve tatmin edilmesinde yeni sportif etkinlikler ön plana çıkmaktadır. Türkiye turizm ürünlerinin artık kum, güneş ve deniz üçlemesinden kurtulduğu ve çeşitli ürünler sunma noktasına geldiği söylenebilir. Ancak, geleceğin başarılı turizm ürünlerini yaratmak için iyi bir pazar araştırması ve pazar segmentlerinin iyi incelenerek müşterilerin isteklerine göre düzenlenebilen modüler ürünlere geçilmesi gerekmektedir. Daha çeşitli ve kompleks tatil fırsatlarının ilerleyen yıllarda daha da popülerleşeceği ve yerinin sağlamlaşacağı söylenebilir. Bu popülerliğin içerisinde çevresine ve sağlığına daha duyarlı, kendini daha fazla geliştirmek isteyen ve bunun en dolaysız aracı olarak da sportif etkinlikleri gören bir büyük tüketici kesiminin gelişeceği ifade edilebilir. Yapılan çeşitli organizasyonlar Türkiye turizmine önemli destekler vermektedir. Her organizasyonda binlerce sporcu, antrenör ve yöneticiden oluşan kabileler şehirlere gelmekte ve hem ülke hem de şehir ekonomisine ve tesis anlamında spor alt yapısına büyük katkılar sağlamaktadır.

2011 Üniversitelerarası Erzurum Kış Olimpiyatları ülkemizde ekstrem sporlar açısından bir ilki temsil etmektedir. Özellikle kar sörfü ve kros kayak branşlarının uygulanması için oluşturulan spor alanları Türkiye'nin uluslararası düzeyde yapılan ilk ekstrem spor tesisleridir. Uluslararası yeni organizasyonlar düzenleyerek benzer spor tesislerinin hem kış hem de yaz sporlarının gerçekleştirildiği diğer bölgelere yaygınlaştırılması gerekmektedir. Kış ve yaz sporlarının gerçekleştirildiği bölgelerde yapılacak olan ekstrem spor tesislerinin hem kış/yaz sporlarının gelişmesine hem de spor turizmine önemli katkılar sağlayacaktır.

2011 Üniversiteler Kış Olimpiyatları organizasyonu sayesinde Erzurum'a kazandırılan devasa kış sporları tesislerinin bir benzeri Kayseri Büyükşehir Belediyesi tarafından Erciyes Dağı Turizm ve Kış Sporları Gelişimi projesi kapsamında Erciyes dağında dünya çapında kış sporları tesisleri yapılmaktadır. Bu proje sonucunda, Türkiye'de var olan uluslararası düzeyde özelliklere sahip ikinci ekstrem spor tesisleri yapılmış olacak. Tesis içerisinde var olan

ekstrem spor tesislerine ve uygulanmasına yönelik olarak kar sörfü tesisleri, kar uçurtması alanı, yarım boru tesisi (half pipe) serbest stil kayak, kros kayak, kar raftingi ve helikopterle ekstrem kayak branşları örnek olarak verilebilir. Görüldüğü gibi ekstrem sporların gelişimi artık Türkiye’de de varlığını hissettirmeye başlamıştır. 2011 Üniversiteler Kış Olimpiyatları organizasyonu sayesinde bu oyunlarda yarışmalara katılmak için birçok sporcu yetiştirilmiş ve sporcular oyunlara kazandırılmıştır. Organizasyon sonucunda birçok yeni sporcunun daha yetiştirilmesinin önü açılmıştır. Bu organizasyon Türkiye vatandaşlarını oldukça ilgisini çekmiş ve kış sporlarına yönelik farkındalığı artırmıştır. Bundan sonra yapılması gereken ise bu tür sporlara Türk gençlerinin yönlendirilmesi için özel çabalar sarf edilmesidir.

Dünya spor endüstrisinde ekstrem sporların tüketiminde “Y” (genç kuşak) jenerasyonunun etkisi elzemdir. Dolayısıyla sürekli olarak bu jenerasyonu dikkate alan pazarlama politikaları geliştirilmekte ve uygulanmaktadır. Spor tüketicisinin demografik, psikografik (tüketicilerin psikolojik ve sosyolojik özellikleri) ve spor katılım davranışları spor pazarlayıcılarına spor pazarındaki hedef segmentlerinin daha anlaşılabilir olmasına olanak sağlamaktadır. Bu kriterleri dikkate alan bir spor politikasının geliştirilmesi ülke spor endüstrisi için gereklidir. “Y” (genç kuşak) jenerasyonun spor endüstrisindeki elzem etkisi tabii ki dünya spor endüstrisinin içinde var olan spor medyasının ilgisinden kaçmamaktadır. ESPN, ESPN2, ABC, Fox Sport, Eurosport ve Eurosport2 dünya çapındaki spor kanalları ekstrem spor yayın sürelerini sürekli artırılmaktadır. “Extreme Sport Channel” televizyon kanalı ise sadece ekstrem spor yayını yapmaktadır. Dolayısıyla, ekstrem sporcuların birçok marka ile ilişkilendirilmesine sebep olmuş ve dünya çapında tanınan bir yıldız haline getirmiştir. Ekstrem sporların en popüler etkinliği The X Games (Yaz ve kış) oyunlarıdır. Bir başka dünya çapındaki ekstrem spor organizasyonu ise (ASIAN Games) Asya Oyunları’dır. KIA Motors, Clear, Gold Spor, Pony, Mountain Dew, Elecom, ESPN vb. sponsorlar destek vermektedir. Ekstrem sporlarla ilgili bu tür dünya çapında yapılan organizasyonların Türkiye’ye getirilmesi ve gençlerin bu sporlar ile ilgili farkındalığı artırılmalıdır.

Ekstrem spor pazarı ekipman ve medyanın sunduklarıyla birlikte sürekli gelişmektedir. Bu ürünlere örnek verilecek olursa eldiven, güneş gözlüğü, kask, t-shirt, kum ayakkabısı, koruyucu pedler, bisiklet, kelepçeler, sörf v.b. malzemelerin bir çoğu ekstrem spor pazarında bulunmaktadır. Ayrıca, her bir spor branşı için çeşitli promosyon ürünleri çeşitli dillere uyarlanmış şekilde katılımcılarına sunulmaktadır. Bunun yanı sıra, On The Edge, Trasher, Slam, Rip Tide, Powder Hound and Ballistic gibi dergiler ekstrem sporların dünya

basınındaki yüzüdür. Bu dergilerde çeşitli ekstrem sporların tanıtımı, yeni ortaya çıkan branşlar, katılımcıların bakış açıları, katılımcıların yaşam stilleri ve yeni çıkan ürünler dergilerin önemli konuları arasında yer almaktadır. Bu ürünler ya da bezer ürünler yaygınlaştırılmalı ve gençlerin bu ürünler ile ilgili farkındalığı artırılmalıdır.

Ekstrem sporlar, dünya spor endüstrisi içerisindeki yerini git gide sağlamlaştırmaktadır. Buna örnek olarak, kar sörfünün 1998 Nagano Olimpiyat oyunlarında resmi programda ilk ekstrem spor branşı olarak yer alması verilebilir. Kar sörfünün haricinde, 2008 Beijing Olimpiyatlarında bayan ve erkek BMX yarışları resmi programda yer almıştır. Dahası, Üniversitelerarası Kış Olimpiyatlarında kar sörfü ve kros kayak branşlarına yer verilmiştir. Ekstrem spor branşları artık olimpiyatlarda yer alırken temel sporların da statüsünü edinmeye başlamıştır. Bu da göstermektedir ki ekstrem sporlar, farklılığıyla spor endüstrisine vermiş olduğu katkıyı gün geçtikçe artıracak ve spor endüstrisi içerisindeki ekonomik payını yükseltecektir.

## 8. ÖNERİLER

Spor pazarlaması araştırmaları bilinçli karar vermek için bilgi toplamaya dayalı olarak dizayn edilmiş aktivitelerden ibarettir. Eğer bir organizasyon geçici ve değişen pazara uyum sağlamak istiyorsa devamlı bilgi toplaması şarttır. İşte bu noktada ülkemizin ekstrem sporlar ile ilgili bilgi yetersizliği ortadadır. Dünya spor endüstrisi içerisindeki ekstrem spor pazarının bilgisini toplamak Türkiye spor endüstrisi sektörünün görevi iken, bu noktada ekstrem sporlar ile ilgili ortaya konulmuş bilimsel çalışmalardan bilgiyi toplamak da ekstrem sporlarla ilişkili Türk spor bilimcilerinin öncelikli görevi olarak düşünölmelidir.

### 8.1. Uygulayıcılara Yönelik Öneriler

Araştırma yaparken sporla ilişkili bilgi toplamada, alış veriş merkezlerinde anket yapmak, odak gruplar oluşturmak, gözlem ve tarafsız denemeler yapmak en popüler mekanizmalardır. Toplanılmış bilgi genel pazar durumunu, bireysel tüketicileri ve yarışmacıları ortaya koymalıdır. Spor pazarlayıcıları için hedef kitleye yönelik tedarikçilerin segment hizmeti nasıl olmalı? Ekstrem sporlarla ilişkili ve istekli olan bireyler nasıl belirlemeli? Bu özellikteki bireylere nasıl reklam yapılmalı? gibi sorular çok safhalı, programsal çalışmalar içeren ve idari özelliklere sahip olan konulardır. Son yıllarda yapılan araştırmalarda Arnold ve Price (1993)'ın rafting sporu ile ilgili yaptığı çalışma ve Celsi ve ark. (1993)'nın skydiving ile ilgili yaptığı araştırmalar deneysel bir bakış açısıyla ekstrem sporları tartışmaktadır. Bu çalışmalar ekstrem spor tüketiminde hedonic (zevke ait) görüşün yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Hedonik görüşün hakim olduğu bir pazar araştırması ve oluşumu Türkiye spor endüstrisi içerisindeki ekstrem spor pazarının yönlendirilmesinde, gelişiminde ve büyümesinde en önemli kriter olarak görölebilir.

Bu çalışmada ortaya konan veriler, ekstrem spor endüstrisi ve gelişen hedeflenmiş pazarlama stratejileri içerisinde pazar segmenti için değerli bilgiler olarak kullanılabilir. Bunun yanı sıra, spor pazarlayıcıları ve yöneticileri spor tüketicisinin spora katılımını destekleme de temel spor tüketimi ihtiyaçlarının neler olduğunu anlayabilmek için bu çalışma yönlendirici bir özelliğe sahiptir.

## 8.2. Gelecekteki Araştırmalara Yönelik Öneriler

Ekstrem spor tüketimini araştıracak yeni çalışmalarda ekstrem spor tüketim ölçeğinin kullanıldığı il/ieler ve ekstrem spor branşlarının sayısı artırılarak Türkiye geneline yaygınlaştırılmalıdır. Böylece ekstrem spor tüketim ölçeğinin Türkiye’de genellenebilirliği artırılmış olacaktır. Ayrıca, ekstrem spor tüketim ölçeği farklı költürlere ve dillere uyarlanmalıdır. Ülkeler arası karşılaştırmaya olanak sağlayacak araştırmaların gerçekleştirilmesi, ekstrem spor tüketim ölçeğinin dünya çapında da genellenebilirlik özelliğinin artırılmasında katkı sağlayacaktır. Ekstrem spor tüketim modeli temel alınarak geleneksel spor katılımı ve spor tüketim davranışı arasındaki ilişki ve farklılıklar ortaya konulmalıdır. Böylece ekstrem ve geleneksel spor tüketicileri arasındaki farklar ve benzerlikler çok daha kolay anlaşılabilir ve pazarlama stratejileri elde edilen bu verilere göre geliştirilebilecektir. Bunu yanı sıra, psikografik ve demografik karakterlere dayalı açık alan ve rekreasyonel spor tüketimi üzerinde araştırmalar yapılmalıdır.

Son olarak, tez çalışması kapsamında ortaya konulan ekstrem spor tüketim değişkenlerinin kapsamı genişletilmelidir. Ekstrem spor tüketimini etkileyen yeni değişkenlerin keşfedilerek ölçeğe yerleştirilmesi ve yeni örneklemler üzerinde sınanması önemlidir.

## 9. EKLER LİSTESİ

Ek - 1: Odak Grup Görüşmelerinin İfade Örnekleri ve Nvivo Analizi Sonuçları

Ek - 2: Çalışmada Uygulanan Anket Formu

### 9.1. EK-1 Odak Grup Görüşmelerinin İfade Örnekleri ve Nvivo Analizi Sonuçları

#### SOSYALLEŞME

##### 1. Aidiyet

1. Ekstrem spor sayesinde bir gruba ait olduğumu hissediyorum.

*“... Bir gruba ait olduğumu hissediyorum. Adrenalin, gerilim, korku, toplandığımız zaman çok iyi eğlenebildiğimize inanıyorum...”*

2. Yaşayabildiğim yerin ekstrem spor dünyası olduğu hissine kapılıyorum.

*“... ordaki yaşadığım duygular demek ki var olduğumu yaşadığımı nefes aldığımı yani bunları hissettiren şeyler bana onun için aitlikten bahsettim ...”*

3. Ekstrem spor dünyasına ait bir birey olduğumu düşünüyorum.

*“... Ait olduğumu hissettiğim tek yer ...”*

##### 2. Arkadaşlık

1. Ekstrem spor arkadaşlarımla beraber olmamı sağlıyor.

*“... Zaten hep üçümüz gidiyorduk antrenmanlara falan çok zevkli oluyordu hem arkadaş ortamı hem de hani aile ortamı böyle ormanda falan çok güzel oluyor ...”*

2. Ekstrem spor yapanlar arasında dostluk söz konusudur.

*“... Ya ne bilim orada böyle aynı amaç için zamanını harcayan, kendini yaralayan, parasını harcayan, arkadaşlarımı gördükçe bende mutlu oluyorum onlarda mutlu oluyor ...”*

3. Yeni insanlar ile tanışma fırsatı veriyor.

*“... Arkadaş çevremizi çok büyük ölçüde genişletiyor ...”*



## HEYECAN VE MACERA ARAMA

### 1. Heyecan Arama

1. Heyecan ekstrem sporların ayrılmaz bir parçasıdır.

*“... Risk almak hoşuma gidiyor. Düşmek kalkmak, düşüp beş dakika oturup kalkıp tekrar bisiklete kay kaya patene binmek bizi o mutlu ediyor zaten ...”*

2. Ekstrem sporun hayatıma heyecan kattığımı düşünüyorum.

*“... ekstrem sporda heyecan var bende heyecan arayan biri olarak birbirimizi bulduk ...”*

3. Ekstrem spor yaparken duyduğun heyecan inanılmaz.

*“... Söyleyecek pek bişey yok benim için risk, benim için heyecandır. Risk olduğu için heyecan oluyor düşeceğini bile bile o hareketi yapıyorsun. Düşse düşse hareketi öğreniyorsun. Risk çok heyecanlı oluyor heyecan verici ...”*

### 2. Zevk / Haz

1. Ekstrem spor, bana inanılmaz zevk veriyor.

*“... Bi kere haz alıyorsun. Benim için en önemli olan o. Önceden pek fazla haz almıyordum açıkçası sadece yapmak için yaptığımı fark ettim. Bu yönelme sebebim bu. Tatmin duygusu daha yüksek ...”*

2. Ekstrem spor yaparken içimdeki hazzın çok yükseklerle ulaştığını hissediyorum.

*“... Bi kere haz alıyorsun. Benim için en önemli olan o. Önceden pek fazla haz almıyordum açıkçası sadece yapmak için yaptığımı fark ettim. Bu yönelme sebebim bu. Tatmin duygusu daha yüksek ...”*

3. Ekstrem spor yaparken düştüğümde bile zevk alıyorum.

*“... Yani düşmek bile zevk veriyor artık. Başlarda korku vardı ama artık düşünce bile bu güzel diyebiliyorum ...”*

### 3. Risk Alma Arzusu

1. Risk ve ekstrem spor ayrılmaz bir ikilidir.

*“... risk ve ekstrem spor benim için süt ve kakao gibi ben süt içemem kakao olmayınca içinde. Ekstrem sporda risk olmadan olmaz.”*

2. Bana zarar verebileceğini bilsem de risk almayı severim.

*“... ben de çok düştüm. Geçen sene ayağımı sakatlamıştım. 3 ay bişey yapamadım. Güçlenmeye çalıştım. Ağrılar veriyordu eve ağlayarak gidiyordum. Ama bu risk beni çeken şey öyle olmasa üstüne gitmezdim zaten ...”*

3. Ekstrem spora beni çeken şeyin risk olduğunu düşünüyorum.

*“... Risk faktörü değişikliklerden biri. Ondaki yapabilir miyim yapamaz mıyım falan beni çekiyor ...”*

4. Ekstrem sporda riskli olan hareketli daha çok seviyorum.

*“...Bir hareketi deneyeceksem öncelikle o hareketin içinde daha fazla risk olmasını tercih ederim...”*

## DEĞERLER

### 1. Bağımlılık

1. Ekstrem spora beni çeken bir şeylerin olduğunu hissediyorum.

*“... Cuma günleri hoca sela verip nasıl Müslümanları camiye çağırıyorsa bir şeylerde bizi salonlara çağırıyor Bir kere bağımlı oluyorsun. Kesinlikle bir bağımlılık yaratıyor. Okuldan çıktıktan sonra hadi buluşalım dediğinde eğer bir planım varsa eğer kaymak istiyorsam gerekirse yalanda söylerim ve çıkarım kaymaya. Kaymak istiyorsam her zaman kayarım ...”*

2. Ekstrem spordan uzak kaldığımda zaman geçmiyor ve bir boşluk hissediyorum.

*“... ya ben yani bi zaman sonra zaman geçiyor onu yapmam gerektiğini hissediyorum yani. Onsuz olmadığını, en fazla 1 hafta falan duruyorum ...”*

3. Ekstrem spor hayatımın önemli bir parçası, onunla nefes aldığımı hissediyorum.

*“... Doğacan’ın dediği gibi bende ekstrem sporlar alanında pek bir şey olmasam da sayılmasam da o benim içimde çok büyük bir yer taşıyor yer kaplıyor hayatımda. İşte ne bilim bisiklet binmeden duramaz hale geldim. Başında öyle değildi o kadar ama. Günde yaklaşık 8-10 saat bisiklet üstündeyim arkadaşlarım da öyle ...”*

## **2. Eğlence**

1. Ekstrem spor sayesinde eğlenebiliyorum.

*“... Hep iki kişi takılıyorduk arada bir uğur geldi sonra bir gün Ömer’lerde katılınca ortam çok eğlenceli bir hal aldı. Birbirimize yardım ettik. Aslında hiç enerjimiz kalmamıştı ama ortam eğlenceli bir hal alınca devam ettik ...”*

2. Ekstrem spor sayesinde daha eğlenceli bir yaşamım olduğunu düşünüyorum.

*“... Yaşam stili değişti dağda eğlenceli bir hayat yaşamaya başladım. İçeride kapanık hallerim yok oldu ...”*

3. Ekstrem spor yaparken arkadaşlarımla oluşturduğum ortam beni eğlendirebiliyor.

*“... Eğlence öyle büyüyor ki acıyı hissetmiyorsun. Ben düşünüyorum ama gülerecek kalkıyorum belki de kanyon ama umrumuzda olmuyor ...”*

## **3. Yaşam Tarzı**

1. Ekstrem spor hayata bakış açımı etkileyebiliyor.

*“... her an işeyler yapmak istediğim için o daha çok bir yaşam tarzı bakış açısı öyle işey bende. Fiziksel olarak değişimler en azından kendime çeki düzen veriyorsun mesela yemek alışkanlığım değişiyor, uyku düzenin değişiyor, hayata bakış açın tamamen değişiyor ...”*

2. Ekstrem spor sayesinde daha düzenli bir hayat yaşıyorum.

*“... Daha düzenli bir hayat yaşıyorum. Eve geç giderdim baya bi geç giderdim. Bisiklete başladıktan sonra fazla geç olmuyor zaten yorulup eve gidiyorum. Kötü alışkanlıklar dersin bazı alışkanlıklarım da oldu. Ama günlük yaşantımdaki değişikliklere bakarsam eskiden sokaktan içeri girmezdim, sabahtan akşama kadar dolaşırdım, otururdum. Ama bisiklete başladıktan sonra hayatımda bir işeyler düzene girmeye başladı. Mesela sadece akşamları*

*bisiklete çıkıyorum genelde okulum dolayısıyla, bazı şeylere biraz daha önem vermeye başladım ...”*

3. Ekstrem spordaki deneyimlerimi diğer yaşantıma aktarabiliyorum.

*“... Karar verme mekanizmam gelişti biraz ben savsaklayan biriydim. (herkes gülüyor) o değişti. Şimdi çabuk karar veriyorum ...”*

#### **4. Özgürlük**

1. Özgürlük ekstrem sporların doğasında mevcuttur.

*“... Ama ekstrem spor bisiklete bindiğimde köşe bucak geziyoruz her şey değişiyor. Özgürlük oluyor ...”*

2. Ekstrem sporda sadece kendimden sorumluyum.

*“... planlaması bana ait, kimse seni zorlamıyor. Antrenmana gel Niye antrenmana gelmedin gibi şeyler olmuyor yani. İstedğim zaman girip kendim geliştirmem için çalışıyorum gibi şeyler oluyor yani ...”*

3. Ekstrem spor yaparken yaşadığım duygular bana özgürlüğü hissettiriyor. .

*“... aslında daha özgür olmak yani mesela takım sporunda topu aldığımda yada bişey yaparken o kadar özgür değilsindir. Takımını düşünmek zorundasındır. Bunda sadece kendini düşünüyorsun, kendi üzerinde yaptığın hareketler direk kendini etkiliyor. Kendinden sorumlusun sadece bu çok önemli yani ...”*

#### **5. Özsaygı**

1. ekstrem spor özsaygımı geliştiriyor.

*“... Bizde zaten risk almayı seviyoruz kendimize güveniyoruz. Mesela çok zorlu bir parkurda inilmeyecek yapılmayacak yerde onu deniyorum, yapınca bunu başardım tekrar deniyorum, daha zorunu deniyorum onu devamlı geliştiriyorum ...”*

2. Ekstrem sporda kazandığım özsaygı sosyal hayatıma yansıtabiliyorum.

*“... Cesaretimiz var o yüzden bu sporlarla uğraşıyoruz. Sosyal yaşamımızda dahi özsaygı sağlıyor. Paylaştıkça daha fazlasını yapabilirim diye güven geliyor ...”*

3. Ekstrem spor sayesinde kendi başıma mücadele etmeyi öğrendim.

*“... Tabi kendi başıma mücadele etmeyi öğrendim. Kendi başıma bir şeyler yapabildiğimi anladım ...”*

## **6. Başarma**

1. Ekstrem spor sayesinde geliştirdiğim özsaygım ile zoru başarabileceğime inanıyorum.

*“... Başardıkça zevk alıyoruz. Güven geliyor, daha fazlasını yapabilirim diye güven geliyor...”*

2. Ekstrem sporda başarmak bana çok büyük zevk verir.

*“... Çok tatlı erişilmeyecek bir zevk. O yakalamak içinde bazı zorluklara katlanmak zorunda kalıyorsunuz ...”*

3. Ekstrem sporda başarılı olmak istiyorum.

*“... Heyecan, hırs ve başarıyı yakalıyorsunuz ...”*

## **7. Farklılık arayışı**

1. Ekstrem sporların diğer sporlardan farklı olduğunu düşünüyorum.

*“... Farklı çevrelerin peşinden koşup işte sosyal çevre edinmek için en büyük araç olabilir yani ...”*

2. Ekstrem sporun bana farklılık kattığını düşünüyorum.

*“... Farklılık yani. Dışardan farklı bakıyorlar ama biz kendi içimizde daha farklıyız. Farklı olmak zaten bize zevk veriyor ...”*

3. Ekstrem spor sıra dışı olduğumu hissettiriyor.

*“... Normal bir insanken aslında eksik olduğunuzu ve tek düzelik hissediyorsunuz. Baştan beri aslında senaryo böyle başladı. Herkes bir arayış içerisinde ...”*

## FİZİKSEL FİTNESS

### 1. Fitness

1. Ekstrem spor tüm vücut kapasitemi kullanmamı sağlıyor.

*“...Vücudun hakkını vermek cümlesi. Kim bilir bu ayaklar neler yapabilir ama sen sadece yürüyorsun belki, işte bunların farkına varıp bir de o sınırları zorlama mevzusu. e git gide kapasitede artıyor ...”*

2. Ekstrem spor sayesinde vücudumun sınırlarını anlayabiliyorum.

*“... fiziksel olarak vücudunu daha iyi tanıyabilirsin. Nası desem Ömer’in dediği gibi vücudunun hakkını veriyorsun. Salto atarken falan vücuduna hakim olabiliyorsun. Uzuvarına hakim olabiliyorsun. Vücudunu tanıyorsun Kolun bacağın dağılmıyor ...”*

3. Ekstrem spor sayesinde fiziksel durumumun daha iyi olduğunu düşünüyorum.

*“... kondisyon gerektiren bir branş. İlk başlarda çok zorlandım çok acı çektim. Ama zaman geçtikçe güçlendiğimi kuvvetlendiğimi ve bunların üzerine esneklikte girince daha yatkın olduğumu öğrendim ...”*

4. Ekstrem spor sayesinde daha sağlıklı yaşayabiliyorum.

*“... hergün dağlarda bisikletle gezmek doğal olarak insana sağlık bir yaşantı sağlıyor...”*

## STRES ATMA

### 1. Kaçış

1. Bir sorun yaşadığımda sığınabileceğim en iyi liman ekstrem sporlardır.

*“... Zihinsel olarak da diyelim o gün bir sorunun var. Kafanda kurduğun bi şeyler var. Antrenmanı yapınca veya o işi yapınca kafandan uçuyor gidiyor ...”*

2. Ekstrem spor yaparken tek amacım o anı iyi geçirmektir.

*“... Ben yaparken her şeyi unutuyorum. Biraz sorunlu bir insanım kendi içimde. O yüzden bir çok şeyi kafaya takarım. Ama bu sporla ilgilendiğimde tamamiyle bir çok şeyi unuttuğumu fark ettiriyor bana ...”*

3. Ekstrem spor sayesinde stresli ortamlardan uzak durabiliyorum.

*“... Genelde tüm sıkıntılarımı, ailemle tartıştığımda veya arkadaşlarımla aram bozuk olduğunda veya derslerim iyi gitmediğinde iki pedal çevirdiğimde rahatladığımı hissediyorum ...”*

## **2. Stres**

1. Ekstrem spor stresimi atmama yardımcı oluyor.

*“... Psikolojik olarak faydası çok fazla uzun zaman depresyonel bozukluklar yaşadığım için bu bisiklet sayesinde gerçekten yaptığım spor benim agresifliğimi götürüyor. Kafamı meşgul edecek bir şeylerim var. Bisikletten önce yoktu bu. Kafamı ne ile meşgul etsem diye düşünüyordum yani...”*

2. Ekstrem spor sonrası zihinsel rahatlık yaşıyorum.

*“... Sinirli olduğum zaman bisiklete bindiğim zaman bütün sinirim yatışıyor. Zaten ben başlamadan önce baya bi sinirliydim bisiklete başladıktan sonra ondan sonra sinirim baya bi yatıştı. Kavga falan ettiğimde bisiklete binince baya bi rahatlıyorum. Kafama hiçbir şey takmıyorum. Bisiklete binince kafam sadece bisiklette oluyor başka hiçbir şeyde olmuyor ...”*

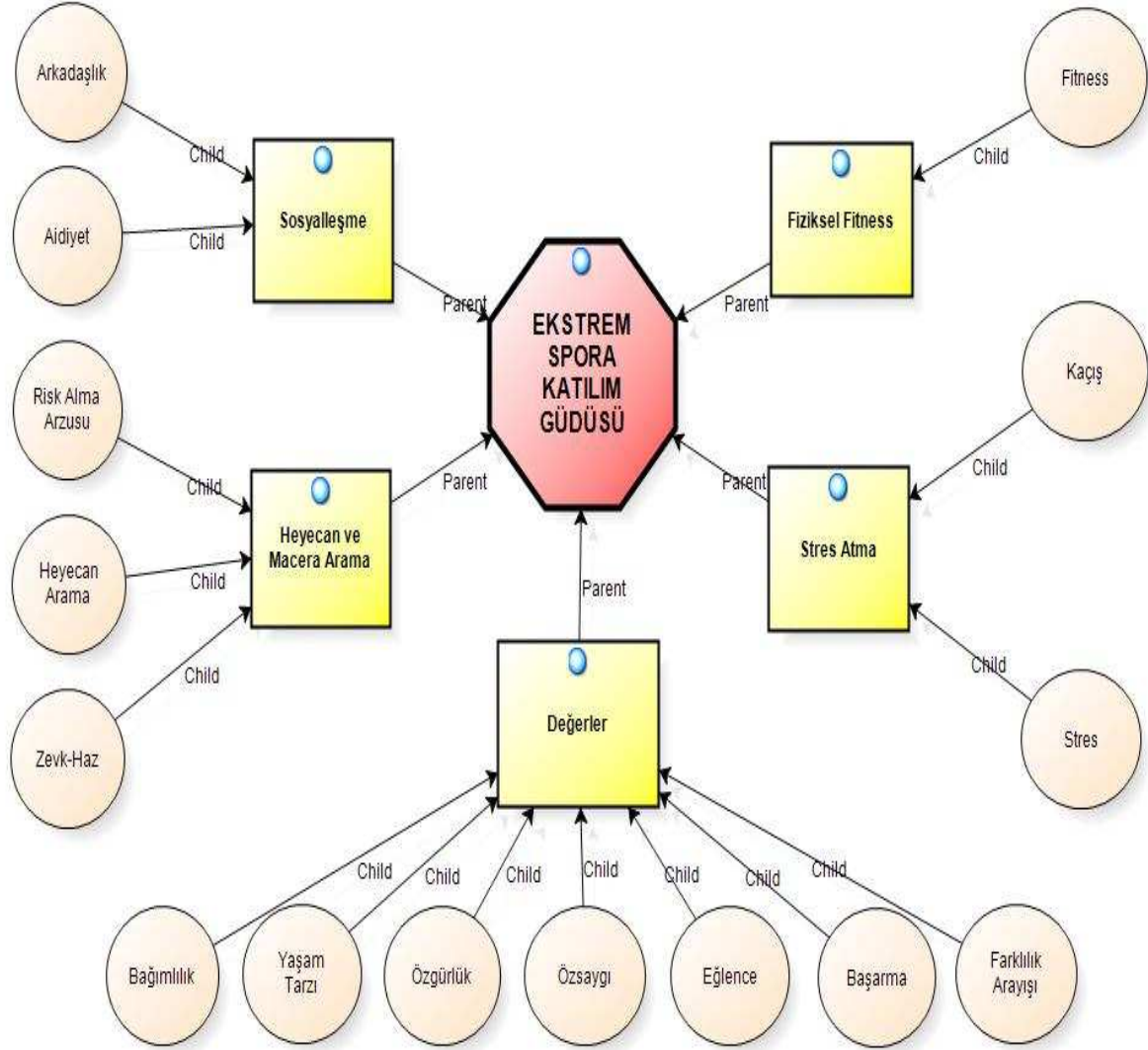
3. Antrenmandan sonraki yorgunluk bana huzur veriyor.

*“...Antrenman yaptıktan sonra acayip rahatlıyorum üstünden bir yük kalkmış gibi geliyor bana. Yapmadığım zaman rahatsızlık veriyor ...”*

4. Yoğun yaşam stresinden uzaklaşmanın en iyi yollarından bir ekstrem spordur.

*“...Ne yapsam oraya buraya saldırıyordum yani o derecedeydim. Bisikletin üzerine binince tamamen kendimi bu işlerden uzaklaştırdım. Hiçbir şeyi kafaya takmıyorum...”*

Şekil 17: Ekstrem Spora Katılım Güdüsü Modeli (NVIVO)





## 9.2. EK - 2: Çalışmada Uygulanan Anket Formu

### EKSTREM SPOR TÜKETİM ANKETİ

Değerli anket katılımcısı, bu çalışma, bireylerin Ekstrem Sporların tüketimine yönelik tutum ve düşünceleri ile ilgili bilimsel amaçlı bir ankettir. Bu envanterden toplanacak veriler tamamen **bilimsel amaçla** ve **toplu olarak** kullanılacaktır. Bu amaçla vereceğiniz cevapların **doğruluğu** araştırmanın tarafsızlığı ve bilimselliği için çok önemlidir. Lütfen anketteki ifadeleri dikkatlice okuyarak **en doğru** biçimde değerlendiriniz.

**Araştırmacı:** Öğr. Gör. Kerem Yıldırım ŞİMŞEK

**Adres:** Anadolu Üniversitesi

Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu

**E-Posta:** keremys@anadolu.edu.tr

**Tel:** 0222 3350580/6763

**Danışman:** Doç. Dr. Metin ARGAN

**Soru 1:** Aşağıda, ekstrem sporu güdüleyen unsurlara yönelik sorular yer almaktadır.

Lütfen, size uygun olan ifadenin sayısal karşılığını **daire** ( O ) içine alınız.

Kesinlikle Katılıyorum = 5 Katılıyorum = 4 Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum = 3 Katılmıyorum = 2 Kesinlikle Katılmıyorum = 1	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Ekstrem spor ortamında bir gruba ait olduğumu hissediyorum	5	4	3	2	1
Ekstrem spor dünyasında yaşayabildiğimi hissediyorum	5	4	3	2	1
Ekstrem spor dünyasına ait bir birey olduğumu düşünüyorum	5	4	3	2	1
Ekstrem spor arkadaşlarımla beraber olmamı sağlıyor	5	4	3	2	1
Ekstrem spor yapanlar arasında dostluk söz konusudur	5	4	3	2	1
Ekstrem spor yeni insanlar ile tanışma fırsatı veriyor	5	4	3	2	1
Ekstrem spor ortamındaki arkadaşlarımla iyi vakit geçiriyorum	5	4	3	2	1
Risk ve ekstrem spor ayrılmaz bir ikilidir	5	4	3	2	1
Ekstrem sporun bana zarar verebileceğini bilsem de risk almayı seviyorum	5	4	3	2	1
Ekstrem spora beni çeken özelliklerinden birinin risk olduğunu düşünüyorum	5	4	3	2	1
Ekstrem sporda riskli olan hareketleri daha çok seviyorum	5	4	3	2	1
Heyecan ekstrem sporların ayrılmaz bir parçasıdır	5	4	3	2	1
Ekstrem sporun hayatıma heyecan kattığını düşünüyorum	5	4	3	2	1
Ekstrem spor yaparken duyduğum heyecan inanılmaz	5	4	3	2	1
Özgürlük ekstrem sporların doğasında mevcuttur	5	4	3	2	1
Ekstrem sporda sadece kendimden sorumluyum	5	4	3	2	1
Ekstrem spor yaparken yaşadığım duygular bana özgürlüğü hissettiriyor	5	4	3	2	1
Ekstrem spor özsaygımı geliştiriyor	5	4	3	2	1
Ekstrem sporda kazandığım özsaygımı sosyal hayatıma yansıtabiliyorum	5	4	3	2	1
Ekstrem spor sayesinde kendi başıma mücadele etmeyi öğrenebiliyorum	5	4	3	2	1
Ekstrem spor sayesinde eğlenebiliyorum	5	4	3	2	1
Ekstrem spor sayesinde daha eğlenceli bir yaşamım olduğunu düşünüyorum	5	4	3	2	1
Ekstrem spor yaparken arkadaşlarımla oluşturduğum ortam beni eğlendiriyor	5	4	3	2	1
Ekstrem sporların diğer sporlardan farklı olduğunu düşünüyorum	5	4	3	2	1
Ekstrem sporun bana farklılık kattığını düşünüyorum	5	4	3	2	1
Ekstrem spor sıra dışı olduğumu hissettiriyor	5	4	3	2	1
Ekstrem spor stresimi atmama yardımcı oluyor	5	4	3	2	1
Ekstrem spor sonrası zihinsel rahatlık yaşıyorum	5	4	3	2	1
Antrenmandan sonraki yorgunluk bana huzur veriyor	5	4	3	2	1
Yoğun yaşam stresinden uzaklaşmanın en iyi yollarından biri ekstrem spordur	5	4	3	2	1
Ekstrem spor tüm vücut kapasitemi kullanmamı sağlıyor	5	4	3	2	1

Ekstrem spor sayesinde vücudumun sınırlarını anlayabiliyorum	5	4	3	2	1
Ekstrem spor sayesinde fiziksel durumumun daha iyi olduğunu düşünüyorum	5	4	3	2	1
Ekstrem spor sayesinde daha sağlıklı yaşayabiliyorum	5	4	3	2	1
Ekstrem spor, bana zevk veriyor	5	4	3	2	1
Ekstrem spor yaparken içimdeki hazzın çok yükseklere ulaştığını hissediyorum	5	4	3	2	1
Ekstrem spor yaparken düştüğümde bile zevk alıyorum	5	4	3	2	1
Bir sorun yaşadığımda sığınabileceğim en iyi liman ekstrem sporlardır	5	4	3	2	1
Ekstrem spor yaparken tek amacım o anı iyi geçirmektir	5	4	3	2	1
Ekstrem spor sayesinde stresli ortamlardan uzak durabiliyorum	5	4	3	2	1

**Soru 2:** Aşağıda, ekstrem sporcuların algıladığı duygusal değere, algıladığı tatmine ve davranışsal niyetlerine ilişkin sorular yer almaktadır. Lütfen, size uygun olan ifadenin sayısal karşılığını **daire** ( O ) içine alınız.

Kesinlikle Katılıyorum = 5 Katılıyorum = 4 Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum = 3 Katılmıyorum = 2 Kesinlikle Katılmıyorum = 1	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
<b>Algılanan Değer</b>					
Ekstrem spor, onu yapmak konusunda içimde istek uyandırıyor	5	4	3	2	1
Ekstrem spor iyi hissetmemi sağlıyor	5	4	3	2	1
Ekstrem spor bana mutluluk veriyor	5	4	3	2	1
<b>Algılanan Tatmin</b>					
Ekstrem spor deneyimini yaşadığım ortam beklentilerimi yerine getiriyor	5	4	3	2	1
Her şeyi dikkate aldığımda, bu deneyim beni oldukça memnun ediyor	5	4	3	2	1
En iyi yaptığım şeylerden biri ekstrem spordur	5	4	3	2	1
Ekstrem spor kendimle gurur duymama sağlıyor	5	4	3	2	1
<b>Davranışsal Niyetler</b>					
Ekstrem spor malzemelerim eskidiğinde aynı markadan almayı tercih ederim	5	4	3	2	1
Aldığım ekstrem spor ürününü başkalarına da tavsiye ediyorum	5	4	3	2	1
Aldığım ekstrem spor ürünün ücreti artsa da aynı marka almayı tercih ederim	5	4	3	2	1
Eş, dost ve akrabalarım aldığım ürün hakkında olumlu şeyler söylüyorum	5	4	3	2	1
Başka marka ürünleri tercih edebilirim	5	4	3	2	1
Başka markaların ürünlerini de takip ediyorum	5	4	3	2	1

**Soru 3:** Bireysel ekstrem spor branşlarını yapma sıklığınıza göre değerlendiriniz.

Çok Sık = 5 Sık = 4 Orta = 3 Az = 2 Hiç = 1	Çok Sık	Sık	Orta	Az	Hiç
Kaya/Uçurum Atlayışı (Base Jumping)	5	4	3	2	1
Yamaç Paraşütü	5	4	3	2	1
Gökyüzü Dalışı (Skydiving)	5	4	3	2	1
BMX (Bisiklet)	5	4	3	2	1
Dağ Bisikleti	5	4	3	2	1
Agresif Paten	5	4	3	2	1
Çıplak Ayak Su Kayağı	5	4	3	2	1
Nehir Kanosu	5	4	3	2	1
Kaya Tırmanışı	5	4	3	2	1
Serbest Dalış	5	4	3	2	1
Kay Kay	5	4	3	2	1
Uçurum Dalışı (Cliff Diving)	5	4	3	2	1
Kar Sörfü (Snowsurfing/Snowboarding)	5	4	3	2	1
Su Sörfü (Wakesurfing/Wakeboarding)	5	4	3	2	1
Delta Kanat	5	4	3	2	1
Uçurtma Sörfü (Kitesurfing)	5	4	3	2	1
Dağ Sörfü (Mountainsurfing/Mountainboarding)	5	4	3	2	1
Gökyüzü Sörfü (Skysurfing)	5	4	3	2	1
Rüzgar Sörfü (Windsurfing)	5	4	3	2	1
Ekstrem Motokros	5	4	3	2	1
Elastik İp Atlayışı (Bungee Jumping)	5	4	3	2	1
Parkur/Serbest Koşu	5	4	3	2	1
Ralli	5	4	3	2	1
Tüplü dalış (Scuba diving)	5	4	3	2	1

**Soru 4:** Lütfen, ekstrem spor yaptığınız alanları kullanım sıklığınıza göre değerlendiriniz.

Çok Sık = 5 Sık = 4 Orta = 3 Az = 2 Hiç = 1	Çok Sık	Sık	Orta	Az	Hiç
Cadde	5	4	3	2	1
Sokak	5	4	3	2	1
Boş Arazi	5	4	3	2	1
Dinlenme Parkları	5	4	3	2	1
Oyun Parkları	5	4	3	2	1
Belediyeye ait skate park	5	4	3	2	1
Şahısa ait ücretli skate park	5	4	3	2	1
Doğal Ortam (nehir, dağ, kaya, yamaç, deniz, orman vb.)	5	4	3	2	1
Araç parkları	5	4	3	2	1
Diğer (Lütfen belirtiniz.....)					

**Soru 5:** Ekstrem sporlar içerisindeki ana spor branşınızı belirtiniz

(.....)

**Soru 6:** Kaç yıldır bu spor branşı ile ilgileniyorsunuz?

(.....)

**Soru 7:** Bu spor ile ilgili statünüz nedir? (Tek seçenek işaretleyiniz)

- a) Yarışmacıyım (Her fırsatta yarışmaya katılırım)  
b) Yarı yarışmacıyım (Zamanım olduğunda ve istediğimde katılırım)  
c) Yarışmacı değilim      d) Diğer (Lütfen belirtiniz.....)

**Soru 8:** Haftada kaç gün ekstrem spor yapıyorsunuz?

- a) 1      b) 2      c) 3      d) 4      e) 5      f) 6      g) 7

**Soru 9:** Günde kaç saat ekstrem spor yapıyorsunuz?

- a) 1 saat veya daha az    b) 2    c) 3    d) 4    e) 5    f) 6    g) 7 saat veya üstü

**Soru 10:** Bugüne kadar hiç ulusal resmi turnuvaya/yarışmaya katıldınız mı?

- a) Evet      b) Hayır

**Soru 11:** Bugüne kadar hiç uluslararası resmi turnuvaya/yarışmaya katıldınız mı?

- a) Evet      b) Hayır

**Soru 12:** Bugüne kadar hiç özel ulusal turnuvaya/yarışmaya katıldınız mı?

- a) Evet      b) Hayır

**Soru 13:** Bugüne kadar hiç özel uluslararası turnuvaya/yarışmaya katıldınız mı?

- a) Evet      b) Hayır

**Soru 14:** Antrenörünüz var mı?

- a) Evet      b) Hayır

**Soru 15:** Ekstrem olmayan sporları fiili/katılımcı olarak yapıyor musunuz?

- a) Evet (Lütfen belirtiniz.....)    b) Hayır

**Soru 16:** Ektrem sporları en çok hangi kitle iletişim aracından takip ediyorsunuz? (Tek seçenek işaretleyiniz)

- a) Kitap      b) Dergi      c) Gazete      d) TV      e) İnternet

**Soru 17:** İnternet ortamında ekstrem spor branşınız ile ilgili her hangi bir siteye üyeliğiniz var mı?

- a) Evet (Lütfen belirtiniz.....)      b) Hayır

**Soru 18:** Şuanda size destek olan sponsorunuz var mı?

- a) Evet      b) Hayır

**Soru 19:** Ekstrem spor branşınız ile ilgili ortalama aylık harcama miktarınız nedir?

- a) 100 TL veya daha az  
b) 101-200 TL  
c) 201-300 TL  
d) 301-400 TL  
e) 401-500 TL  
f) 501-600 TL  
g) 601-700 TL  
h) 701-800 TL  
i) 801-900 TL  
j) 901-1.000 TL veya daha fazla

**Soru 20:** Cinsiyetiniz

- a) Erkek      b) Kadın

**Soru 21:** Yaşınız

(.....)

**Soru 22:** Medeni Durumunuz

- a) Evli      b) Bekar      c) Diğer

**Soru 23:** Eğitim durumunuz?

- a) Okur yazar değil
- b) Okur yazar
- c) İlköğretim
- d) Lise
- e) Önlisans / Lisans (Mes. yüksekokulu veya fakülte mezunu)
- f) Lisans üstü (Yüksek lisans / Doktora)

**Soru 24:** Mesleğiniz

- a) Ev hanımı
- b) İşçi
- c) Memur
- d) Emekli
- e) Öğrenci
- f) Esnaf
- g) Serbest Meslek
- h) Yönetici
- i) Diğer (Lütfen belirtiniz.....)

**Soru 25:** Aylık ortalama hane (ev) gelir durumunuz

- a) 1.000 TL veya daha düşük
- b) 1.001-2.000 TL
- c) 2.001-3.000 TL
- d) 3.001-4.000 TL
- e) 4.001-5.000 TL
- f) 5.001 TL veya üstü

## 10. KAYNAKÇA

1. AAF/ESPN, “**Children and Sports Media Study**”, Statistic Research, Inc. Author April-May, 2001.
2. Adams, J., M., M., “**Examining Exercise Dependence: The Development, Validation and Administration of The Exercise Behavior Survey With Runners, Walkers, Swimmers and Cyclists**”, pp.5 Master Thesis, Kentucky, 2001.
3. Adams J., Kirkby, R., J., “**Excessive Exercise as an Addiction: A Review**”, Addiction Research and Theory 10: 415-437, 2002.
4. Adamson, B., & Wade, K. “**Predictors of sport and exercise participation among health science students**”, Australian Journal of Science and Medicine in Sport, 18 (4), 3-10, 1986.
5. Aggarwall, R., Rao, R., P., Hiraki, T., “**Skewness and Kurtosis in Japanese Equity Returns: Empirical Evidence**”, Journal of Financial Research (Cilt:12): 253-260, 1989.
6. Anderman, L.H. “**Classroom goal orientation, school belonging and social goals as predictors of students' positive and negative affect following the transition to middle school**”, Journal of Research and Development in Education, 32, 89-103, 1999.
7. Anderman, L.H., & Anderman, E.M. “**Social predictors of changes in students' achievement goal orientations**” Contemporary Educational Psychology, 25, 21-37, 1999.
8. Addeo, R., R. Greene A., F., Michael E. Geisser “**Construct Validity of the Robson Self-Esteem Questionnaire in a College Sample**”, Educational and Psychological Measurement, Vol. 54, No. 2, 439-446, 1994.
9. Akın, Ü., Akın, A., Balcı, R., “**ÖZ-Duyarlık Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması**” Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi 33: 01-10, 2007.
10. Akın, E., “**Elektornik Spor: Türkiye'deki elektronik Sporcular Üzerine bir Araştırma**”, s.35-37, Anadolu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Eskşehir, Şubat, 2008.
11. Alch, M.L. “**The echo-boom generation. Futurist**”, p. 34(5), 42. 2000.
12. Alexandris K., and Palialia E., “**Measuring customer satisfaction in fitness Centres in greece: an exploratory study**” Managing Leisure 4, 218–228, 1999.



13. Alhakami AS, Slovic P. **“A psychological study of the inverse relationship between perceived risk and perceived benefit”**, Risk Analysis. 14: 1085–1096, 1994.
14. Anderson, J., C., Gerbingi, D., W., **“Structural equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-step Approach”**, Psychological Bulletin, 103:411-423, 1988.
15. Argan, M., Katırcı, H., **“Spor Parlamaşı”**, s. 109, 124, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, Ocak, 2008.
16. Argan, T., M., **“Organ Bağışını Artırmada Sosyal Pazarlama Yaklaşımı: Organ Bağışına Yönelik bir Tutum Araştırması”**, s.110, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler, İşletme Ana Bilim Dalı, Eskişehir, Şubat, 2007.
17. Arnold, M.,J., K., E., Reynolds, **“Hedonic shopping motivations”**, Journal of Retailing 79 (2003) 77–95, 2003.
18. Arnould, E., J., and L., L. Price. **“River Magic: Extraordinary Experience and the Extended Service Encounter”** Journal of Consumer Research 20 (June): 24-45, 1993.
19. Al-Sabbahy, H.Z., Ekinci, Y., & Riley, M. **“An investigation of perceived value dimensions: Implications for hospitality research”**, Journal of Travel Research, 42, 226-234, 2004.
20. Alexander, C. S. **“A Measure of Risk Taking for Young Adolescents: Reability and Validity Assesments”**, Journal of Youth and Adolescence,19 (6), 559- 569. 1990.
21. Allen, J., B., **“Social Motivation in Youth Sport”** Journal Of Sport & Exercise Psychology, 25,551 -567, 2003.
22. Aldana SG, Sutton LD, Jacobson BH. **“Relationship between leisure time physical activity and perceived stres”**, Percept Mot Skills 82(1):315–321. 1996.
23. Alderman, R. B. & Wood, N. L. **“An analysis of incentive motivation in young Canadian athletes”**, Canadian Journal of Applied Sports Sciences, 1, 169-176, 1976.
24. Altunışık, R., Çallı, L., **“Plansız alışveriş (impulse buying) ve hazcı tüketim Davranışları üzerine bir araştırma: satın alma karar sürecinde Bilgi kullanımı”** 2. Ulusal bilgi, ekonomi ve yönetim kongresi, 25-26 Kasım, 231-240, 2004.
25. Altungül, O., **“Futbol Aktivitelerine Katılanların Kişilik Özellikleri Işığında Stres Düzeylerinin Belirlenmesi”** s.29, Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, 2006.

26. Aşıkoğlu, M., **“İnsan Kaynaklarını Verimliliğe Yönlendirme Aracı Olarak Motivasyon”**, s.41-43, Eko Ofset, İstanbul, 1996.
27. Aşkar, P., ve Yurdugül, H., **“Örtük Büyüme Modellerinin eğitim Araştırmalarında Kullanımı”** İlköğretim Online, 8(2), 534-555, 2009.
28. Aytaç, S., **“Psikolojiye Giriş İnsanı Anlama Çabası”**, s.12, Ezgi Kitapevi Yayınları, Bursa 2000.
29. Apter, M. J. (1982). **“The experience of motivation: The theory of psychological reversals”**. London: Academic Press. Aktaran: Cromer J., **“The effects of Meta-Motivational Dominance Sensation Seeking On Performance Under Pressure”**, s. 8-9, July 30, 2008.
30. American College of Sports Medicine, **“The recommended quantity and quality of exercise for developing and maintaining cardiorespiratory and muscular fitness in healthy adults”**. Medicine and Science in Sports and Exercise, 22, 265–274. 1990.
31. Ashford, B., Biddle, S., & Goudas, M. **“Participation in community sports centres: Motives and predictors of enjoyment”**, Journal of Sports Science, 11(3), 249-256, 1993.
32. Aşkar, P. ve Dönmez, O. **“Eğitim yazılımı geliştirme öz-yeterlik algısı ölçeği. Eğitim Bilimleri ve Uygulama”**, 3(6), 259-268, 2004.
33. Aumand, E. A. **“For The Love Of The Game: Factors Influencing Athlete Enjoyment In Sport”** s. 25, Thesis Submitted To The Scholl Of Physical Education At West Virginia Universty In Partial Fulfillment Of The Requirements For The Degree Of Master Of Science In Sport And Exercise Psychology, Morgantown. 2005.
34. Ayyıldız, H., ve Cengiz, E., **“Pazarlama Modellerinin Testinde Kullanılabilecek Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Üzerine Kavramsal Bir İnceleme”**, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, C.11, S1, s.63-84, 2006.
35. Baba, A., J., **“An examination of the influence of personal values and ethnic identity on black students’ sport consumption behavior”**, Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy in the Graduate School of The Ohio State University p.8-20-62, 2003.
36. Bagozzi, R. P. and Yi, Y., **“On the evaluation of structural equations models”**, Journal of the Academy of Marketing Science 16(1):74–94, 1988.
37. Balcı, A., **“Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler”**, s.147-149, Ankara:Pegem Akademi, 2009.

38. Başaran İ., E., **“Yönetim”**, s.163-169, Ankara : Gül Yayınevi, 1989.
39. Başaran İ., E., **“Örgütsel Davranış İnsanın Üretim Gücü”**, s.207-211, Siyasal Kitapevi, Ankara, 1991.
40. Başaran İ., E., **“Yönetimde İnsan İlişkileri: Yönetimsel Davranış”**, s.199-203, Gül Yayınevi. Ankara, 1992.
41. Başer, E. **“Uygulamalı Spor Psikolojisi”**, s. 25, Ankara: Sporsal Kuram Dizisi, Bağırhan Yayınevi, 1998.
42. Baumeister, R.F., & Leary, M.R. **“The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation”**, Psychological Bulletin, 117,497-529, 1995.
43. Brustad, R.J. **“Who will go out and play? Parental and psychological influences on children's attraction to physical activity”**, Pediatric Exercise Science, 5, 210-223, 1993
44. Baysal, C., ve Tekarslan, E., **“Davranış Bilimleri”**, s.26, Avcıol Yayıncılık, İstanbul 1996.
45. Beatty, S., E., Kahle, L., R., Homer, P., Misra, S., **“Alternative Measurement Approaches to Consumer Values: The List of Values and the Rokeach Value Survey”**, Psychology & Marketing Vol. 2, 181-200 1985.
46. Bentler, P.M. **“Comparative fit indexes in structural models”**, Psychological Bulletin, 107, 238–246, 1990.
47. Bennett, G., Henson, R.K. & Zhang, J. **“Generation Y’s perceptions of the action sports industry segment”**, 17, 95-115, Journal of Sport Management. 2003.
48. Berry L.L., & Parasuraman, A., **“Marketing services: Competing through quality”**. New York, NY: The Free Press. 1991.
49. Berkem, M., **“Dalış Sporü Eğitimi Süreci İçindeki Öğrencilerle Eğitimcilerin Ruhsal Farklılıkları Klinik Psikiyatri”**, s 38-41, 2001.
50. Berg, B., L., **“Qualitative Research Methods for the Social Sciences”**, s. 100-106, 6nd edition, Boston: Pearson Education, Inc. 2007.
51. Bernthal, M., J., Graham, P., J., **“The Effect of Sport Setting on Fan Attendance Motivation: the Case of Minor League vs. Collegiate Baseball”** s.5, Journal of Sport Behavior, Sept, 2003.
52. Biddle, S. & Bailey, C. **“Motives toward participation and attitudes toward physical activity of adult participants in fitness programs”**, Perceptual and Motor Skills, 61, 831-834, 1985.

53. Bishop, Willard R., Jr. "**Competitive Intelligence**," Progressive Grocer (March), 19-20. 1984.
54. Birney, R., Burdick, H., Teevan, R. "**Fear of failure**", New York: Van Nostrand Reinhold 465–489, 1969.
55. Bitner, M.J., Booms, B., & Tetreault, M. "**The service encounter: Diagnosing favourable and unfavourable incidents**", Journal of Marketing, 54(1), 71–84, 1990.
56. Blaydon, M.,B., Koenraad, J., L., Kerr, J., H., "**Metamotivational Characteristics of Eating Disordered and Exercise Dependent Triathletes: An Application of Reversal Theory**", Psychology of Sports and Exercise 3 (3): 223-236, 2000.
57. Blair, S. N., Cheng, Y. & Scott Holder, J. "**Is physical activity or physical fitness more important in defining health benefits?**" Medicine and Science in Sports and Exercise, 33, 379–399, 2001.
58. Bolton, R., N., and Drew, J., H., "**Multistage model of customers assessment of service quality and value**", Journal of Consumer Research, Vol.17, No.4, pp.375-384, 1991.
59. Brady, M., K., and Robertson, C., J., "**An exploratory study of service value in the USA and Ecuador**", International Journal of Service Industry Management, Vol. 10, No. 5, pp. 469-86, 1999.
60. Bradish, C., & Lathrop, A. "**Girl power: Examining the female pre-teen and teen as a distinct segment of the sport marketplace**", p. 10, 19-24, Sport Marketing Quarterly,. 2001.
61. Brady, M. K., Robertson, C., J., & Cronin, J., J., "**Managing behavioral intentions in diverse cultural environments: An investigation of service quality, service value, and satisfaction for American and Ecuadorian fast-food customers**", Journal of International Management, 7(2), 129–149, 2001.
62. Bronson, C. "**Star power**". Sporting Goods Business, 33(13), 32-34, 2000.
63. Brown, T.,J. "**Research needs and status report**", Journal of Experiential Education Boulder. 21 (2):71-85, 1998).
64. Browne, M., W., & Cudeck, R., "**Alternative ways of assessing model fit**", In Bollen, K., and Long, S. (eds.), Testing Structural Equation Models. Sage, Beverly Hills, CA, 136–162, 1993.
65. Bowker, A. "**The relationship between sports participation and self-esteem among early adolescents**", Canadian Journal of Behavioural Science, 38(3), 214-229, 2006.

66. Bair,S., **“Disposable Heroes: Freestyle Motocross Stars have Taken Their Sport to New Heights”** s. 3.  
[http://www.themavenprojects.com/talk/maven\\_NorthCounty10-22.pdf](http://www.themavenprojects.com/talk/maven_NorthCounty10-22.pdf) Erişim Tarihi: 04.03.2009
67. Bogazzi, R.P. & Heaterton, T.F. **“A general approach to presenting multifaceted personality constructs: Application to state self-esteem”**. Structural Equation Modelling, 1, 35-67, 1994.
68. Brooke, M., **“The Concrete Wave: The History of Skateboarding”**, s.18-21 Warwick House Publishing April 1999.
69. British Water Ski **“Safety recommendations & Codes of Practice”** s.1-8 Ammend 2003.
70. Bornhoft, S., **“Windsurfing”** s.8-10, Stackpole Books; 1 Edition July 2001)Boese, K., Spreckels, C., Roberts, J., **“Kitesurfing: The Complete Guide”** s. 8-18, Wiley; illustrated edition June, 2008.
71. Beaudoin, C., M., **“Competitive Orientations and Sport Motivation of Professional Women Football Players: An Internet Survey”**, s. 202, Journal of Sport Behavior, Vol. 29. No. 3, 2004
72. Bindarwish, J., S., **“The Effect of Telic/Paratelic Dominance and Task Condition on Motor Performance, Affect, Telic/Paratelic State, and Self-Efficacy”** s.4, November, 2003.
73. Brockington, L. **“Sponsors still loyal despite sinking TV ratings”**, s.20-26, 22, SportsBusiness Journal, August 2001.
74. Budak, G., **“İşletme Yönetimi”**, s.45, Basılmamış Ders Notları, İzmir, 1997.
75. Budak S., **“Psikoloji Sözlüğü”**, s.32-40, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2000.
76. Büyüköztürk, Ş. **“Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı”**, s. 121-125, Ankara:Pegem Akademi 2009.
77. Bülbül, Ş., **“Tanımlayıcı İstatistikler”**, s.8-20, 2. Baskı, Der Yayınları, İstanbul, Ocak 2006.
78. Callois, R., **“Man Play and Games”**, New York: The Free Pres, 1961. Aktaran: John, H., K., **“motivation and Emotion in Sport Reversal Theory”**, s. 49,Psychology Press, 1997.
79. Charmaz, K., **“Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis”**, s.47, London: Sage Yayınları Ltd. 2006.
80. Can, H., **“Organizasyon ve Yönetim”**, s.184, Siyasal Kitabevi, Ankara 1999.

81. Carl, S. **“Depression, body image and self-esteem as a function of sports participation among male and female adolescents”**, Dissertation Abstracts International 62(3), 2001.
82. Caspersen, C., J., Powell, K., E., Christenson, G., **“Physical Activity, Exercise, and Physical Fitness: Definitions and Distinctions for Health-Related Research”** Vol. 100, No. 2 129 March-April 1985.
83. Caspersen, C. J., Powell, K. E. & Christenson, G. M. **“Physical activity, exercise and physical fitness: definitions and distinctions for health-related research”**, Public Health Reports, 100, 126–131, 1985.
84. Celsi, R., L., Rose, R., L. and Leigh, T., W.,. **“An Exploration of High Risk Leisure Consumption Through Skydiving?”** Journal of Consumer Research 20 (June): 1-23, 1993.
85. Chelladurai, P. **“Human Resource Management in Sport and Recreation”**, Human Kinetics Publishers, Champaign, IL. 1999.
86. Child, D. **“The essentials of factor analysis”**, London: Holt, Rhinehart and Winston. 1970.
87. Cleland, K., **“Action Sport Form Fabric of Generation: Marines to Mountain Dew Quick to Join Games in Search of Teens”**, p.72.22-24, Advertising Age, 2001.
88. Czajkowski, Z. **“Znaczenie pobudzenia wdzialnooci sportowej”** cz.1 i 2. Sport Wyczynowy 7-8, 9-10, 1995.
89. Clifford M., J., **“The Relative Importance of Intrinsic and Extrinsic Rewards as Determinants of Work Satisfaction, The Sociological Quarterly”**, Vol: 26, No: 3, pp.365-385, 1985.
90. Coffman, D., L., & Millsap, R., E., **“Evaluating latent growth curve models using individual fit statistics”**, Structural Equation Modeling, 13, 1–27, 2005.
91. COLE, L., HALL, I., N. **“Psychology of Adoloscend”**, s.29-31, New York: Holt - Rinehart –Winston, 1966.
92. Coleman, D., J., Iso-Ahola, S., E., **“Leisure and Health: The role of social support and self-determination”**, Journal of Leisure Research, 25 (6), 1993.
93. Coleman, D., **“Leisure based social support, Leisure dispositions an health”**, Journal of Leisure Research, 25, (4), 350-361, 1993.
94. Cordes, K., A., Ibrahim, H., M. **“Applications in Recreation & Leisure for today and future”**, Second Ed. Boston. WCB/McGraw-Hill Companies, 1999.

95. Courneya, K., s., Laurie-ann M., H., **“Personality correlates of exercise behavior, Motives, barriers and preferences: An application of the five-factor model”**, person. individ. LX/f. Vol. 24. No. 5. pp. 625-633, 1998.
96. Covington, M.V., Roberts, B.W. **“Self-worth and college achievement: Motivational and personality correlates”**, In P. Pintrich, 1995.
97. Cronbach, L. J. **“Coefficient alpha and the internal structure of tests”**. Psychometrika, 16(3), 297-334, 1951.
98. Cronin, J. and Taylor, S. **“Measuring service quality: a reexamination and extension”**, Journal of Marketing, 56, 55–68, 1992.
99. Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. **“Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments”**, Journal of Retailing, 76(2), 193–218, 2000.
100. Collier, J. E., & Bienstock, C. C. **“Measuring service quality in e-retailing”**, Journal of Service Research, 8(3), 260–275, 2006.
101. Cronin, J., J., Jr, Brady, M., K., Brand, R., R., Hightower, R., Jr ve Shemwell, D., J., **“A cross-sectional test of the effect and conceptualization of service value”**, The Journal of Services Marketing, Vol. 11, No. 6, pp. 375-91, 1997.
102. Cronin, J., J., Brandy, M., K., and Hult, G., T., M., **“Assessing teh effects of quality, value and cstumer satisfaction on consumer behavioral intentions in service enviroment”**, Journal of Retailing, 76 (2), 193-218, 2000.
103. Csikzentmihalyi, M. **“The flow experience and its significance for human psychology”**. p.p. 72-75, In M. Csikzentmihalyi, & I. S. Csikzentmihalyi, Optimal experience. Psychological studies of low in consciousness. Cambridge: Cambridge University Pres, 1988.
104. Churchill, G., A., **“A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs”** Journal of Marketing Research, Vol. 16, No. 1 pp. 64-73, Feb., 1979.
105. Çaha, Ö., **“Spora Yaslanarak Bir Nefes Alma”**, s. 15-23, Ankara: Beta Yayınevi, 1999.
106. Dağ, İ., **“Kontrol odağı ölçeği: Ölçek geliştirme, güvenirlik ve geçerlik çalışması”**, Türk Psikoloji Dergisi, 17 (49), 77-90. (2002).
107. Davies, L., E., **“Consumers’ expenditure on sport in the UK: increased spending or underestimation?”** Managing Leisure 7, 83–102, 2002.
108. Deci, E.,L., and Ryan, R.,M., **“Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behaviour”**, New York: Plenum Pres, 1985.

109. De Coverly Veale D., **“Exercise Dependence”**, British Journal of Addiction 7: 117-140, 1987.
110. Demerouti, E., **“Structural Equation Modeling”**, s.15, [http://www.slidefinder.net/s/structural\\_equation\\_modeling\\_evangelia\\_demerouti/143884742004](http://www.slidefinder.net/s/structural_equation_modeling_evangelia_demerouti/143884742004).
111. De Ruyter, K., Wetzels, M., & Bloemer, J. **“On the relationship between perceived service quality, service loyalty and switching costs”**, International Journal of Service Industry Management, 9(5), 436–453, 1997.
112. Dey, I., **“Qualitative data analysis: A userfriendly guide for social scientists”**, s.100, London: NewYork, NY: Routledge, 1993.
113. DiLorenzo T., M., Stucky-Ropp R.,C., Vaner W., J.,S., **“Gotham HJ. Determinants of exercise among children: II. A longitudinal analysis”**, Prev Med 27: 470–7. 1998.
114. Diener, E., Robert, A., E., Randy, J., L., Sharon, G., **“The satisfaction with Life scale”**, Journal of Personal Assesment, 49, 1, 1985.
115. Donald R. S., Electra D., V., H., Carolyn S., F., **“Thrill Seeking: The Type T Personality And Extreme Sports”** International Journal of Sport Management and Marketing, 175 - 190 Volume 2, Number 1-2 / 2007.
116. Doyle, M., **“New Ways of Measuring Value,”** Progressive Grocer-Value, Executive Report, 15-19. 1984.
117. Duda, J.L., Chi, L., Newton, M.L., Walling, M.D. and Catley, D. **“Task and ego orientation and intrinsic motivation in sport”**, International Journal of Sport Psychology, 26, 40-63, 1995.
118. Duda, J.L. **“Achievement goal research in sport: Pushing the boundaries and clarifying some misunderstandings”**, In G. Roberts (Ed.), Advances in motivation in sport and exercise (pp. 129-182). Champaign, IL: Human Kinetics. 2001.
119. Duncan, S.C. **“The role of cognitive appraisal and friendship provisions in adolescents'affect and motivation toward activity in physical education”**, Research Quarterly for Exercise and Sport, 64, 314-323, 1993.
120. Durik, A. M., & Harackiewicz, J. M. **“Achievement goals and intrinsic motivation: Coherence, concordance, and achievement orientation”**, Journal of Experimental Social Psychology, 39, 378-385, 2003.



121. Eggert, A. ve Ulaga, W. **“Customer perceived value: a substitute for satisfaction in business markets?”**, Journal of Business & Industrial Marketing, vol. 17 No. 2/3, ss. 107-118. 2002.
122. Elias, N., Dunnin, E. **“The cross cultural analysis of sport and games”**, s.330.335, Stipes, Illinois. 1970.
123. Ellis, G., Witt, P., A., **“The measurement of perceived freedom in leisure”**, Journal of Leisure Research, 16, 110-123, 1984.
124. Engel, J., Blackwell, R. and Miniard, P. **“Consumer Behaviour”**, p. 131, International Edition, The Dryden Press, Harcourt Brace College Publishers, Philadelphia and Tokyo, 1995.
125. Ercan, İ. ve Kan, İ. **“Ölçeklerde Güvenirlik Geçerlik”**, Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi, 30,3, 211-216, 2004.
126. Ergin, D.,Y., **“Ölçeklerde geçerlik ve güvenilirlik”**, M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 7,125-148, 1995.
127. Ergül, H.F., **“Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Motivasyon ve Motivasyon Teknikleri”**, s.14 ISSN:1304-0278 C.4 67-79 Güz 2005
128. Eren, E., **“Yönetim ve Organizasyon”**, s.506, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul 2001.
129. Eren E., **“Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi”**, s.233-238, Beta Yayınları, İstanbul, 1998.
130. Evans I., H., **“State Mountain Bike Plan for South Australia Mount Lofty Ranges Region”**, s. 1-9, October, 2001
131. Ewert, A., **“Why People climb: The Relationship of Participant Motives and experience Level to Mountaineering”**, Journal of Leisure research, 17(3), 241-250, 1985. Aktaran: John, H., K., **“Motivation and Emotion in Sport Reversal Theory”**, s. 49, Psychology Press, 1997.
132. Ewart A.,W., **“Playing the edge: motivation and risk taking in a high altitude wildernesslike environment”**, Environment and Behavior. 26:3–24, 1994.
133. Fernando, L., L., Manuel R., G., **“The Demand for Sport: Sport Consumption and Participation Models”** Journal of Sport Management, 2007, 21, 103-122 Human Kinetics, Inc. 2007
134. Fitzgerald, K. **“Motorcycles’ inside story: arena race series tap excitement of extreme sports”**, p. 4, Advertising Age 72, 40, February, 2001.

135. Forester, M., **“Deja vu discussion delivers message emphasizing value”** Chain Store Age, (75), April, 12, 1999.
136. Fletcher, R. **“Living on the Edge: The Appeal of Risk Sports for the Professional Middle Class”** Sociology of Sport Journal, 25, 310-330, 2008,
137. Florental, B., Shoham, A., **“Value Differences Between Risky Sports Participants and Nonparticipants”** Sport Marketing Quarterly, 9(1) 26-33, 2000.
138. Fitzgerald, K. **“Motorcycles’ inside story: arena race series tap excitement of extreme sports”**, Advertising Age 72, 40, 2000.
139. Fuller, C. ve Drawer, S. **“The Application Of Risk Management In Sport, Sports Med”**, 34 (6), s. 349-356, July, 2004.
140. Funk, D. C., Mahony, D. F., Havitz, M. E. **“Sport Consumer Behavior Assessment and Direction”**, Volume 12, Number 4, 200-205, 2003.
141. Funk, D., C., Mahony, D., F., and Ridinger, L., **“Characterizing consumer motivation as individual difference factors: Augmenting the Sport Interest Inventory (SII) to explain specific sport interest.”** Sport Marketing Quarterly, 11(1), 33-43, 2002.
142. Funk, D. C, Ridinger, L., & Moorman, A. J. **“Exploring origins of involvement: Understanding the relationship between consumer motives and involvement with professional sport teams”**, Leisure Sciences, 26,35-61, 2004.
143. Furnham A. **“Personality and leisure activity: sensation seeking and spare-time activity”**, In: Stelmack RM, ed. On the Psychobiology of Personality. London, England: Elsevier; 167–183, 2004.
144. Farmer, R., J., **“Surfing Motivations, Values and Culture”** Journal Sports Behaviour, 15 (3), 241-257, 1992. Aktaran: John, H., K., “motivation and Emotion in Sport Reversal Theory”, s. 49, Psychology Press, 1997
145. Gagne, M., and Deci, D., **“Journal of Organizational Behavior, Self-Determination Theory and Work Motivation”**, 26, 331–362 2005)
146. Game Plan, Inc., **“Why People Play”**: A Report on the Spot of Tennis”, Lexington, MA: Game Plan, 1989.
147. Gegez, A., E., **“Parlama Araştırmaları”**, s.56-58, 2. Baskı Beta basım Yayım Dağıtım A.ş., İstanbul, Nisan, 2007.
148. Gerson, R. **“Members for Life: Proven Service and Retention Strategies for Health – Fitnesss and Sports Clubs”**, Human Kinetics Publishers, Champaign, IL. 1999.

149. Gerber M., & Puhse U., **“Do exercise and fitness protect against stress-induced health complaints? A review of the literature”**, Scandinavian Journal of Public Health, 37: 801–819, 2009.
150. Gill, D.L., Gross, J.B., & Huddleston, S. **“Participation motivation in youth sports. International Journal of Sport Psychology”**. 14, 1–14, 1983.
151. Gillian. C., H., and Davashish, P., **“A factor analytic study of the sources of meaning in hedonic consumption”**, European Journal of Marketing, Vol. 33 No. 3/4, pp. 273-290, 1999.
152. Graydon, D. **“Mountaineering: The Freedom of The Hills.”** (5<sup>th</sup> Edt), Seattle. The Mountaineers PUBLISHING. 1992. Aktaran: Demirhan, G., **“Önderlik, Güvenlik ve Çevre Koruma Bütünlüğü İçinde Doğa Sporları Eğitimi”**, I. Doğa Sporları ve Bilim Sempozyumu Özet Kitabı, s.351 Ankara 23-24 Kasım, 1998.
153. Greenwald, L., & Fernandez-Balboa, J., **“Trends in the sport marketing industry and in demographics of the United States: Their effect on the strategic role of grassroots sport sponsorship in corporate America”**, p.7(4), 35-47, Sport Marketing Quarterly, 1998.
154. Gruber, J. J. **“Physical activity and self-esteem development in children: A meta-analysis”**, In G. A. Stull & H. M. Eckert (Eds.), Effects of physical activity on children (pp. 30–48). Champaign, IL: Human Kinetics., 1986.
155. Goeldner, Charles R., J., R., Brent Ritchie ve Robert W. McIntosh, **“Tourism: Principles, Practices, Philosophies”**, s. 258, Sekizinci basım New York: J. Wiley, 2000.
156. Goma-i-Freixanet M. **“Sensation seeking and participation in physical risk sports. In: Stelmack RM, ed.”** On the Psychobiology of Personality. London, England: Elsevier; 185–201, 2004.
157. Gonzalez, J.T. **“Adolescents’ Perceptions of their Risk Taking Behavior, Adolescence”**, 29 (115), 701- 709. 1994).
158. Gould D., Feltz D., Weiss M.,R., **“Motives for participating in competitive swimming”**, s.4, Int J Sport Psychol 6:126–140, 1985
159. Gök Y, **“Türkiye Voleybol Birinci Liginde Yer Alan Spor Kulüplerinin Risk Yönetimi Açısından Değerlendirilmesi”**, s.5, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Türkiye (2006).

160. Government of Canada, **“Sport in Canada: Leadership, partnership and accountability: Everybody’s business”**, p. 25, Ottawa: Public Works and Government Services, 1998.
161. Graver D., K., **“Scuba Diving”** s.1-13, Human Kinetics Publishers; 3 Sub Edition May 2003.
162. Hair, J., F., Anderson, Rolph, E., T., Ronald, L., William, C. B., **“Multivariate Data Analysis with Readings”** p. 374-375-577-659, Englewood Cliffs , N.J. : Prentice Hall, 4th Edition, 1999.
163. Hair, J. F., Anderson, R. L., and Tatham,W. C. **“Multivariate data analysis with reading”**. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall. 1998.
164. Hausenblas H., A., Downs, D.,S., **“Exercise Dependence: A Systematic Review”**, Psychology Sport and Exercise 3: 89-123, 2002.
165. Hausenblas H., A., Giacobbi, P., R.. **“Relationship Between Exercise Dependence Symptoms and Personality”**, Personality and Individual Differences 36 (6): 1265-1273, 2003.
166. Hayashi, C.T. **“Achievement motivation among Anglo-American and Hawaiian male physical activity participants: Individual differences and social contextual factors”**, Journal of Sport & Exercise Psychology, 18, 194-215, 1996.
167. Heckhausen, H., H., D., Schmalt K., Schneider **“Achievement Motivation in Perspective”**, Academic Press, Orlando. 1985.
168. Haddock, C. **“Managing Risk in Outdoor Activities”**. Wellington, New Zeland: New Zealand Mountain Safety Council, 1993.
169. Hart, L., **“The Snowboard Book: A Guide for All Boarders”**, s.8-32 W.W. Norton & Co. December ,1998
170. Hisrich, R., **“Pazarlama”**, s.85, Çeviren: Odabaşı Yavuz, Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayınları 1. Fasikül, 1993.
171. Hills, P., Argylea, M., Reeves, R., **“Individual differences in leisure satisfactions: an investigation of four theories of leisure motivation”**, Personality and Individual Diferences (28) 763-779, 2000.
172. Hopkinson, G., C., Pujari, D., **“A factor analytic study of the sources of meaning in hedonic consumption”** European Journal of Marketing, Vol. 33 No. 3/4, , pp. 273-290, 1999.
173. Horasan, Ü., **“Dünyanın En İlginç Sporları”** s. 85, Safran kitapları, Şubat 2009.

174. Holbrook, M., B., and Hirschman, E., C., **“The experiential aspects of consumption. Consumptions fantasies, feelings and fun”**, Journal of consumer Research, 9 (September), 132-140, 1982.
175. Howat, G., Murray, D., & Crilley, G., **“The relationships between service problems and perceptions of service quality, satisfaction, and behavioural intentions of Australian public sports and leisure centre customers”**, Journal of Park and Recreation Administration, 17(2), 42–64, 1999.
176. Hu, L. T., & Bentler, P. M. **“Cutoff criteria for fit indexes in covariance structural analysis: Conventional criteria versus new alternatives”**, Structural Equation Modeling, 6, 1-55, 1999.
177. Hu, L., Bentler, P., M., & Kano, Y., **“Can test statistics in covariance structure analysis be trusted?”** Psychological Bulletin, 112, 351-362, 1992.
178. Huber, F., Herman, A., ve Morgan, R., E., **“Gaining competitive advantage through customer value oriented management”**, Journal of Consumer Marketing, Vol. 18, ss. 41-53. 2001.
179. Hurt, P., **“Windsurfing”**, s. 6-9, Crowood Press; Illustrated edition edition January 1, 2005.
180. Holzhall, J., **“Kites Method Kiteboarding Book”** s. 10-15 Kiteboard Center; 3rd Edition May, 2006.
181. Horcberg, Y., and Tamhane, A., C., **“Multiple Comparison Procedures”**, Journal of Educational and Behavioral Statistics, Mach 20, 103-106, 1989.
182. Hackman, J, Richard and Oldham,Grey R., **“Development of the Job Diagnostic Survey, Journal of Applied Psychology”**, Vol: 60, pp. 159-170. 1975.
183. Hymbaugh, K., & Garrett, J. **“Sensation among skydivers”**, Perceptual and Motor Skills, 38, 118, 1974.Johnson, M. D., & Fornell, C. A **“Framework for comparing customer satisfaction across individuals and product categories”**, Journal of Economic Psychology, 12(2), 267–286, 1991.
184. Jeffrey, D., J., **“Becoming a sports fan: Understanding cognitive development and socialization in the development of fan loyalty”**, p.p. 72-86, Degree doctor of Philosophy in the graduate school of The Ohio State University, 1999.
185. Jillian, C., S., Geoffrey, N., Soutar **“Consumer percieved value: The development of a multiple item scale”**, Journal of Retailing, 77, 203-220, 2001.

186. Johnson, M. D., & Fornell, C. A **“Framework for comparing customer satisfaction across individuals and product categories”**, *Journal of Economic Psychology*, 12(2), 267–286, 1991.
187. Jöreskog, K., Sörbom, D., **“LISREL 8 : User’s Reference Guide”**, s.11, 2nd ed. Lincolnwood, Scientific Software International, 1996.
188. Jöreskog, K.G., Du Toit, D., S., Du Toit M., **“LISREL 8: New Statistical Features, Scientific Software International**, s. 201, Chicago, 2001.
189. Ifedi, F., **“Sport Participation in Canada, 2005”**, s. 16, Catalogue no. 81-595-MIE — No. 060, 2005.
190. Iso-Ahola, Seppo, E., **“Towards a Social Psychology of Recreational Travel, Leisure Studies”**, s.45-46, 2,1, 1983.
191. İközler C. **“Sporda Sosyal Bilimler”**, s.10-40 İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım, 2000.
192. Jones, G., W., Mackay, K., S., Peters, D., M., **“Participation Motivation In Martial Artists In The West Midlands Region Of England”** *Journal of Sports Science and Medicine* 5 (CSSI), 28 – 34, 2006.
193. Jones, T., O., Sasser, W., E., **“Why Satisfied Customers Defect,”** *Harvard Business Review*, November-December, pp. 89-99, 1995.
194. Jones, M.A., & Suh, J. **“Transaction-specific satisfaction and overall satisfaction: an empirical analysis”**, *Journal of Services Marketing*, 14(2), 147–159, 2000.
195. Jones, G., W., Mackay, K., S., Peters, D., M., **“Participation Motivation In Martial Artists In The West Midlands Region Of England”** *Journal of Sports Science and Medicine* 5 (CSSI), 28 – 34, 2006.
196. John, D.R. **“Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research”**, p. 26, 183-213, *Journal of Consumer Research*, 1999.
197. Jurkiewicz, C., **“Motivation in Public and Private Organizations”**, s.230, *Public Productivity & Management Review*, Vol. 21, Issue 3, 1998.
198. John K., Cecilia K.F. Au & Koenraad J. Lindner, **“Metamotivational Orientation Towards Sports Participation And Perceived Importance Of Socialising Agentseighth International”** Conference On Reversal Theory – 1997.
199. Johnson, G., **“IMG’s going to extremes for new wave sports fans”**, p.c1, *Los Angeles Times*, 2001.
200. Kagan, D., M., Squires, R., L., **“Addictive Aspects of Physical Exercise”**, *Journal of Sport Medicine* 15: 227-237, 1985.

201. Kahle, L., M., Kambara, K., M., Rose, G., M., **“A functional model of fan attendance motivations for college football”**, Sport Marketing Quarterly [SMQ], 5(4), 51 - 60. 1996.
202. Kahle L., R. Shoham, A., Gregory M., Rose, **“Sports Marketing and the Psychology of Marketing Communication”** s. 89, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers Mahwah, New Jersey London 2004.
203. Kalaycı, Ş., **“SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri”**, s.116, Asil Yayın Dağıtım, Ankara, 2005.
204. Karasar, N., **“Bilimsel Araştırma Yöntemleri”**, s.120-155, Nobel Yayınları. Ankara, 2005.
205. Kaynak T., **“Organizasyonel Davranış ve Yönlendirilmesi”**, İstanbul : Alfa Yayınları. 1995.
206. Kenyon, G., S., **“Six Scalesfor assessing Attitudes Toward Physical Activity”**, Research Quarterly, 39,96-105, 1968. Aktaran: John, H., K., “motivation and Emotion in Sport Reversal Theory”, s. 49,Psychology Press, 1997
207. Kerr H., **“Motivation and Emotion in Sport”** Reversal Theory, s. 48, Psychology Pres Ltd. 1997 .
208. Kendzierski D., DeCarlo K.,L.. **“Physical activity enjoyment scale: two validation studies”**, J Sport Exerc Psychol 13;50–64. 1991.
209. Klint, K.A., & Weiss, M.R. **“Perceived competence and motives for participating in youth sports: A test of Harter's competence motivation theory”**, Journal of Sport Psychology, 9, 55-65, 1987.
210. Kırıcı, N., **“Türkiye’de kayıt dışı ekonominin tahmini: Ekonometrik bir yaklaşım”**, s.58-59, T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 2006.
211. Kılıçgil E., **“Sosyal Çevre-Spor İlişkileri”**, s. 59, Bağırhan Yayınları, Ankara, 1998.
212. Kline, R., B., **“Software Programs for Structural Equation Modeling: AMOS, EQS, and LISREL”**, Journal of Psychoeducational Assessment, 16, 302-323, 1998.
213. Kimball A., Freysinger, V., J., **“Leisure, Stress, and Coping: The Sport Participation of Collegiate Student-Athletes”**, s. 116, Online Publication Date: 01 April 2003.
214. SC, Maddi SR, Puccetti MC. **“Personality and exercise as buffers in the stress-illness-relationship”**. J Behav Med 5:391–404, 1982.
215. Koçel, T., **“İşletme Yöneticiliği”**, s.510, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul 2001.

216. Koivula, N. **“Sports participation: differences in motivation and actual participation due to gender typing”**, Journal of Sport Behavior 22, 360-376, 1999.
217. Kuo, Y.,F., Wu, C., ve Deng, W., J., **“The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value-added services”**, Computers in Human Behavior 25 887–896, 2009.
218. Kress, A. **“To the extreme”**, The Business Journal Phoenix 23(48), 3, 2003.
219. Kremer, J., K., Trew and S. Ogle (eds) **“Young People’s Involvement in Sport”**, pp. 1–24. London: Routledge, 1997.
220. Kropp, F., Lavack, A., M., Holden, S., H., **“Smokers and Beer Drinkers: Values and Consumer Susceptibility to Interpersonal Influence”**, s. 536-557, Journal of Consumer Marketing, Vol. 16, sayı. 6, 1999.
221. Kulaksızoğlu, A., Dilmaç, B., Ekşi, H. & Otrar, M. **“Uyum ölçeği-üniversite formu’nun dilsel eşdeğerlik, geçerlik ve güvenilirlik çalışması”**. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama*, 3, 49-64, 2003.
222. Kurtuluş, K., **“Kemal Pazarlama Araştırmaları”** (Genişletilmiş 7. Basım),s.252, Literatür Yayıncılık Dağıtım, Yayın no: 114, İstanbul. 2004.
223. Küçük, V., Koç, H., **“Psiko-Sosyal Gelişim Süreci İçerisinde İnsan ve Spor İlişkisi”**, s.1-12, DPÜ, Sosyal Bilimler Dergisi, 131-141 pdf, 2003.
224. Küçük V. ve Acet, M. **“Bir Kişilik Özelliği Olarak Suçluluk ve Sporla İlişkisi”**, DPÜ, Sosyal Bilimler Dergisi, 7: 369-375. 2002.
225. Koçak, A., Arun, Ö., **“İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu”**, s.26, Selçuk İletişim, 4- 3- 2006.
226. Koranteng, L., **“Extreme ambitions”**, p. 1, 7,14, ad Age Global, Mach, 2001.
227. Lee, J.H & Lee, J.S. **“Physical and social surrounding factors in sports services marketing”**, Journal of Korean Sociology of Sport, 13(2), 493-502, 2000.
228. Lee, G. G., & Lin, H., F., **“Customer perceptions of e-service quality in online shopping”**. International Journal of Retail and Distribution Management, 33(2/3), 161–176, 2005.
229. Leunes, A. D., Nation, J. R. **“Sport psychology: An introduction. Chicago”**, s.9, Nelson-Hall, 1989.
230. Levy, M., **“Revolutionizing teh retail princing game”**, Discountstore News, 38 (September), 15, 1999.



231. Lewthwaite, R., & Piparo, A.J. “**Goal orientations in young competitive athletes: Physical achievement, social-relational, and experiential concerns**”, *Journal of Research in Personality*, 27,103-117, 1993.
232. Luc G. Pelletier, Kim M., Tuson and Najwa K., Haddad “**Cient Motivation for Therapy Scale A Measure of Intrinsic Motivation Extrinsic Motivation and Amotivation for Therapy**” *Journal of Personality Assesment*, 68(2), 414-435, 1997
233. Liberman, N. “**New heights or a crash landing? Street & Smith’s Sports Business Journal**”, s. 12-18, 25. July 2004.
234. Li, Y., Liu, Y., and Zhao, Y. “**The role of market and entrepreneurship orientation and internal control in the new product development activities of Chinese firms**”. *Industrial Marketing Management* 35:336–347, 2006.
235. Lim, C., & Turco, D. “**The next generation of sport: Y. Cyberjournal of sport marketing**”, p. 3(4). from <http://www.ausport.gov.au/fulltext/1999/cjism/v3n4,1999>. Retrieved April 2, 2001.
236. Lin, C., H., Sher, P., T., ve Shih, H., Y., “**Past progress and fature directions in conceptualizing customer perceived value**”, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 16 No. 4, pp.. 318-336. 2005.
237. Lyng S. “**Edgework: a social psychological analysis of voluntary risk taking**”. *Am J Soc*.95: 851–886. 1990.
238. Madrigal, R., “**Cognitive and affective determinants of fan satisfaction with sporting event attendance**” *Journal of Broadcasting*, 25, 263-275, 1995.
239. Madrigal, R. “**Measuring the multidimensional nature of sporting event consumption**”, *Journal of Leisure Research*, 38, 267-292, 2006.
240. Malonis, J., & Selden, H., “**Encyclopedia of emerging industries**”, p.15, Farming, MI: Gale Research 1998.
241. Malhotra, N.,K., “**Marketing Research: An Applied Orientation**”, s.179-205, Fourth Edition, Pearson Education International. 2004.
242. Mathes, S. & Battista, R. “**College men's and women's motives for participation in physical activity**”, *Perceptual and Motor Skills*, 61, 719-726, 1985.
243. Marc R., Glyn C., R., “**Goal Orientations and Perceptions of the Sport Experience**” *Journal of Sport & Exercise psychology*. 15, 160-171, 1993.
244. Marlatt, A. “**Yen for e-tail**”, *Internet World*, 5(26), 39-40, 1999.
245. Martin, P., Priest, S. “**Understanding the adventure experience**”, *Journal of Adventure Education*”, 3(1), 18–21, 1986.

246. Marsh, H. W., Balla, J. R., & McDonald, R. P. **“Goodness-of-fit indexes in confirmatory factor analysis: The effect of sample size”**, *Psychological Bulletin*, 103, 391–410, 1988.
247. Marsh, H. W., Perry, C., Horsely, C., & Roche, L. **“Multidimensional self-concepts of elite athletes: How do they differ from the general population?”** *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 17, 70–83, 1995.
248. Martin, S.; Dale, G. A.; & Jackson, A. W. **“Youth coaching preferences of adolescent athletes and their parents”**, *Journal of Sport Behavior*, 24(2), 197- 213, 2001.
249. Maitland, I., **“Getting a Result, Institute of Personnel and Development”**, s.8, London, 1994.
250. McCullagh, P., Matzkanin, K., Shaw, S., & Maldonado, M. **“Motivation for participation in physical activity”**, *Pediatric Exercise Science*, 5, 224-233. 1993.
251. McDougall, G.H., & Levesque, T. **“Customer satisfaction with service: Putting perceived value into the equation”**, *Journal of Services Marketing*, 14(5), 392–410, 2000.
252. McAuley, E., Blissmer, B., Katula, J., Duncan, R. E., & Mihalko, S. L. **“Physical activity, self-esteem, and self-efficacy relationships in older adults: A randomized controlled trial”**, *Annals of Behavioral Medicine*, 22, 131–139, 2000.
253. McGuire, R. & Cook, D. **“The influence of others and the decision to participate in youth sports”**, *Journal of Sport Behavior*, 6, 9-16, 1983.
254. Meek, A. **“An estimate of the size and supported economic activity of the sports industry in the United States”**, p. 6(4), 15-21, *Sport Marketing Quarterly*,. 1997.
255. Milne, G., R., McDonald, M., A., **“Motivation of sport Consumer”** In *Sport Marketing: Managing the Exchange Process* (pp.21-38), Sudbury, MA: Jones and Bartlett Publisher, 1999.
256. Milne G., R., McDonald M., A., **“Sport Marketing: Managing the Exchange Process”** s.21, 1 September 2003.
257. Miles, M. B., Huberman, A., M., **“Qualitative Data Analysis”**, s.57, Sage Publications, London, 1994.
258. Maxwell, J., A., **“Literature Reviews of, and for, Educational Research: A Commentary on Boote and Beile’s “Scholars Before Researchers”**, *Educational Researcher*, August/September 2005

259. Masfeld, Y., **“From Motivation to Actual Travel”**, s.399-419, Annals of Tourism Research, 1992.
260. McDonald, M.A., Milne, R.G. & Hong, J.B. **“Motivational factors for evaluating sport spectator and participant markets”**, Sport Marketing Quarterly 11(2), 100-113, 2002.
261. McDougall, G., H., D., and Leveque, T., **“Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation”** Journal Of Services Marketing, Vol. 14 No. 5 pp. 392-410, 2000.
262. McNamee, M., J., **“Philosophy, Risk and Adventure Sports”**, s.133-135, Routledge, 2007.
263. Morgan, J., **“In-line Skates Consumer Decision Making Contest Study Guide Extension Associate Health”**, s.1-3 September 1994. 1997-98 [http://fcs.tamu.edu/money/your\\_money/cdm/1997\\_1998/inline\\_skates\\_97\\_98.PDF](http://fcs.tamu.edu/money/your_money/cdm/1997_1998/inline_skates_97_98.PDF)  
Erişim Tarihi: 05.03.2009.
264. Morris, M., Steinberg, H, Sykes, E., A., Salmon, P., **“Effects of Temporary Withdrawal From Regular Running”**, Journal of Psychosomatic Research 34: 493-500, 1990.
265. Mobley, M. **“On the razor’s edge: the management of risk”**, Trends, 22(3): 12-14, 1985.
266. Morgan, David L. **“Focus Groups as Qualitative Research”** s.10-16, 2nd edition. Qualitative Research Method Series, 16. California: Sage Yayınları, Inc. 1997.
267. Morgantown, W.V. **“A further exploration of the involvement profiles in selected recreational sport activities: results from a study in Korea”**, Sport Marketing quarterly, 10 (2), 77-82, 2001.
268. Mucuk,İ., **“Pazarlama İlkeleri”**, s.90 Türkmen Yayınevi, 11. Basım İstanbul, 1999.
269. Mullin, B.J., Hardy, S. Sutton, W.A. **“Sport Marketing. Champaign”**, IL: Human Kinetics Publishers. 1993.
270. Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. **“Sport Marketing”**. Champaign, IL: Human Kinetics, 2000.
271. Nakip, M. Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve SPSS Destekli Uygulamalar. s.183, Ankara: Seçkin Kitabevi, 2003.
272. Netemeyer, R.G., Krishnana, B., Pullig, C., Wang, G., Yagci, M., Dean, D., et al. **“Developing and validating measures of facets of customer-based brand equity”**, Journal of Business Research, 57, 209-224, 2004.

273. Neuman, L., W., **“Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches”**. S. 463, Boston: Pearson Education, Inc. 2006.
274. Netter P. **“Personality and hormones”**. In: Stelmack RM, ed. **On the Psychobiology of Personality**. London, England: Elsevier 353–377, 2004.
275. Nichols, J.G. **“Achievement motivation: Conceptions of ability, subjective experience, task choice, and performance, Psychological Review”**, 91, 328-346, 1984.
276. Nocetti, R. W. **“The impact of athletic participation on the risk behaviors of adolescent females in Catholic secondary schools”**, Dissertation Abstracts International 64(4), 2003.
277. Ntoumanis, N., & Biddle, S. J. H. (1999). **“Affect and achievement goals in physical activity: A meta-analysis”**, Scandinavian Journal of Medicine and Science in Sports, 9, 315–332.
278. Nunnally, J., Bernstein, I., **“Psychometric Theory”** pp.33-34, McGraw-Hill, 1994.
279. Oaten M, Cheng K. **“Academic examination stress impairs self-control”**, J Soc Clin Psychol 24(2):254–279, 2005.
280. Odabaşı, Y., Barış, G., **“Tüketici davranışı”**, s. 211-223, Mediat, İstanbul 2006.
281. Oliver, R., L., **“Satisfaction: A behavioral perspective on consumer”** Boston, MA: Irwin, McGraw-Hill, 1997.
282. Oliver, R., L., **“Customer satisfaction with service”**, Handbook of marketing and Management, Thousands oaks: Sage Publications, p.247-254, 2000.
283. Oliver, R., **“Whence consumer loyalty?”**, Journal of Marketing, Vol. 63 (special editon), ss.33-44, 1999.
284. Ostrowski, J., **“Corporate America makes pitchmen of pariahs”**, s. 12-18, 19-26, Sports Business Journal August, 2002.
285. Özdamar, K., **“Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi”**, s.238, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını. 1997.
286. Özdevecioğlu, M., Yalçın, Y., **“Spor Tatmininin Sporcuların Stres ve Saldırganlık Düzeyleri Üzerindeki Etkisi”** Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi Cilt 4, Sayı 1, 63-76, 2010.
287. Özdiñç, Ö., **“Çukurova Üniversitesi Öğrencilerinin Sporun ve Spora Katılımın Sosyalleşmeyle İlişkisi Üzerine Görüşleri”**, Spormetre, Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, III (2) 77-84, 2005.

288. Özel, Ç., H., “**Güdülere Dayalı Yerli Turist Tipolojisinin Belirlenmesi: İç Turizm Pazarına Yönelik Bir Uygulama**”, s.45-96, Anadolu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2009.
289. Özsaygı, İ.,E., “Psikolojik Testler”,s.24-35, Ankara: Yeni Doğu Matbaası 1994.
290. Öztürk, A., “**Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**”, İnönü Üniversitesi Sos. Bil. Ens. Malatya 1999.
291. Özkalp, E., “**Davranış Bilimleri**”, s.201, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayın no:1355, Açık Öğretim Fakültesi Yayın no: 722, Eskişehir, 2002.
292. Palancı, M., “**Üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı sorunlarını açıklamaya yönelik bir model çalışması**” s. 9, XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı, İnönü Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Malatya, 6-9 Temmuz 2004.
293. Pallant, J. “**SPSS survival manual**”, Buckingham: Open University Press. 2001.
294. Paprin, J. “**When the game’s over: A study of adolescent girls who opt out of Sports**”, Dissertation Abstracts International, 66(3), 2005.
295. Papaioannou, A., Milosis, D., Kosmidou, E., & Tsigilis, N. “**Multidimensional structure of goal orientations: The importance of adopting a personal development goal in physical education**”, Psychology, The Hellenic Journal of Psychology, 9(4), 494–513, 2002.
296. Papaioannou, A., G., George Ampatzoglou, G., Kalogiannis, P., Sagovits, P., “**Social agents, achievement goals, satisfaction and academic achievement in youth sport**”, Psychology of Sport and Exercise 9 122–141, 2008.
297. Park, H., “**Analyzing Motivational Factors of Action Sports Participants**”, s.61-68 Master of Arts in Education Washington State University College of Education December 2004.
298. Parasuraman, A., “**Reflections on gaining competitive advantage through customer value**”, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 25 No. 2, pp. 154-61, 1997.
299. Park, H. W, Ko, Y. J., & Claussen, C. L. “**Action sports participation: Consumer motivation**”. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 9(2), 111-124. 2008.
300. Parker, A., S., Smith, K., M., “**Aquatic-Aerobic Exercise as a Means of Stress Reduction during Pregnancy**” The Journal of Perinatal Education Vol. 12, No. 1, 6-17, 2003

301. Passer, M.W. **“Children in sport: Participation motives and psychological stres”**, *Quest*, 33,231-244, 1982.
302. Patrick, H., Hicks, L., & Ryan, A.M. **“Relations of perceived social efficacy and social goal pursuit to self-efficacy for academic work”**, *Journal of Early Adolescence*, 17, 109-128, 1997.
303. Petrecca, L., **“Going to extremes; Excess of X’s: Marketers are testing the limits of hot teen buzzword”**, p.7, 16, July, 2000.
304. Petrick, J.F., & Backman, S.J. **“An examination of the construct of perceived value for the prediction of golf travelers’ intention to revisi”**, *Journal of Travel Research*, 41, 38-45, 2002.
305. Pitts, B.G., & Stotlar, D.K. **“Fundamentals of sport marketing. Morgantown”**, p.35, WV: Fitnesss Information Technology, 1996.
306. Plummer, J., T., **“The Concept and application of Life Style Segmentation”**, s.34, *Jounal of Marketing*, Ocak, 1974.
307. Powell, C., **“The Perception of Risk and Risk Taking Behavior: Implications for Incident Prevention Strategies”**, *Wilderness and Environmental Medicine*, 18, 10 15, 2007.
308. Potgieter. J. R. & Venter, R. E. **“Relationship between adherence to exercise and scores on extroversion and neuroticism”**, *Perceptual und Motor Skills*. 81, 520-522, 1995.
309. Preszler, E., Baker D., **“Mountainboarding”**, s.4-8, Library Binding, Edge Books, Jan 2005.
310. Priest, S., Gass, M. **“Effective leadership in adventure programming”**, s.121-128 Champaign, IL: Human Kinetics. 1997.
311. Packer, P., **“Everything You Ever Wanted to Know about Ski and Snowboard Tourists but were Afraid to Ask”** s.5-7 *Journal Of Vacation Marketing*, vol. 4, no. 2, 186-192, 1998).
312. Porter, L. W., & Lawler, E. E. III. **“Managerial Attitudes and Performance”**, s.13, Homewood, IL: Irwin-Dorsey, 1968.
313. Raymond, J., **“Media Channels – Going to Extremes,”** *American Demographics*, 24, 29, 2002.
314. Rejeski W., J., and Mihalko S., L., **“Physical Activity and Quality of Life in Older Adults”**, *Journals of Gerontology: SERIES A* Vol. 56A (Special Issue II):23–35, 2001.

315. Rinehart, R.E. & Sydnor, S. (eds) **“To the extreme: Alternative Sports, Inside and Out”**. 1-5, Albany, NY: State University of New York Pres, 2003.
316. Rinehart, R., **“Inside of the outside: Pecking orders within alternative sport ESPN’s 1995 The eXtreme Games”**, p. 8(20), 44-52, Journal of Sport and Social Issues, 1998.
317. Roser M., **“Bungee Jumping: Forces, Work And Energy Conservation”** Berlin – Sharing Inspiration May 16 – 18, 2008.
318. Richard C., **“Learning to Launch a Power Harness Issue of Hang Gliding Magazine”**, s.1-5, Published in the March, 2002.
319. Robinson, D.W. **“A descriptive model of enduring risk recreation involvement”**. Journal of Leisure Research, 24(1): 52-63. 1992.
320. Robinson, D. **“Stress seeking: Selected behavioral characteristics of elite rock climbers”**, Journal of Sport Psychology, 7, 400–404, 1985.
321. Robinson, T. & Carron, A. **“Personal and situational factors associated with dropping out versus maintaining participation in competitive sport”**, Journal of Sport Psychology, 4, 364-378, 1982.
322. Robson, P. J. **“Development of a New Self Report Questionnaire to Measure Self Esteem”**. Psychological Medicine, 19, 513-518. 1989.
323. Robson, C. Real world research: a resource for social scientists and practitioner researchers. Pp. 48, 260, 2nd ed. Oxford: Blackwell, 2002.
324. Rokeach S., J. B., **“Values and Violence: A Test of the Subculture of Violence Thesis”**, American Sociological Review, Vol. 38, No. 6 pp. 736-749, Dec., 1973.
325. Roth, M., Hammelstein P., Bräuhler, E., **“Beyond a youthful behavior style – Age and sex differences in sensation seeking based on need theory”**, Personality and Individual Differences (43) 1839–1850, 2007.
326. Richard M. Ryan and Edward L. Deci **“Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions Contemporary Educational Psychology”**, 25, 54–67 (2000).
327. Richman, E. L. & Shaffer, D. R. **“‘If you let me play sports:’ How might sport participation influence the self-esteem of adolescent females?”** Psychology of Women Quarterly, 24(2), 189-199, 2000.
328. Rowland, G., L., Franken, R., E., Harrison, K., **“Sensation seeking and participation in sporting activities”**, Journal of Sport Psychology, 8, 212-220, 1986.

329. Ryan, R. M. "Psychological Needs **and the Facilitation of Integrative Processes**", *Journal of Personality*, 63, 397-427, 1995.
330. Ryan, R. M., & Connell, J. P. (1989)." **Perceived locus of causality and internalization: examining reasons foracting in two domains**". *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 749–761. Aktaran: Duda, J.L. "**Goal Perspectives and Behavior in Sport and Exercise Settings**". In C. Ames & M. Maehr (Eds.), *Advances in motivation and achievement* (Vol. 6, pp.81-1 15). Greenwich, CT: JAI Press.. 1989.
331. Ryan, R.M., & Powelson, C.L. "**Autonomy and relatedness as fundamental to motivation and education**", *Journal of Experimental Education*, 60, 49-66, 1991
332. Ryan, A.M., Hicks, L., & Midgley, C. "**Social goals, academic goals, and avoiding seeking help in the classroom**", *Journal of Early Adolescence*, 17, 152-171, 1997.
333. Ryan, R.M., Deci, E.L., & Grohiick, W.S. "**Autonomy, relatedness, and the self: Their relation to development and psychopathology**", In D. Cicchetti & D.J. Cohen (Eds.), *Developmental psychology -Vol. 1: Theory and methods* (pp. 618-655). New York: John Wiley & Sons. 1995.
334. Ryckman,R. M.,& Hamel,J. "**Perceived physical ability differences in the sport participation motives of young athletes**". *International Journal of Sport Psychology*, 24,270–283, 1993.
335. Reisinger, Y. ve Turner, L., "**Structural Equation Modeling with LISREL: Application in Tourism , Tourism Management**", Vol.20, pp.71-88, 1999.
336. Sabuncuoğlu, Z., Tüz, M., "**Örgütsel Psikoloji**", s. 85, 2. Baskı, Ezgi Kitabevi, Bursa, 1995.
337. Sabuncuoğlu, Z., Tüz, M., Tüz., Z., "**Örgütsel Psikoloji**", s.134, Ezgi Kitabevi, Bursa, 2001.
338. Salar, E., "**Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**", İnönü Üniversitesi Sos. Bil. Ens. Malatya 1997.
339. Scanlan T.,K., Simons J., P., "**The construct of enjoyment. In: Roberts GC, ed. Motivation in sport and exercise**", s.119–215 Champaign, IL: Human Kinetics Publishers,: 1992
340. Scanlan, T.K., Carpenter, P.J., Lobel, M., & Simons, J.P. "**Sources of enjoyment for youth sport athletes**", *Pediatric Exercise Science*, 5, 275-285, 1993.



341. Scanlan, T.K., & Lewthwaite, R. **“Social psychological aspects of competition for male youth sport participants: I. Predictors of competitive stress”**, *Journal of Sport Psychology*, 6,208-226, 1984.
342. Scanlan, T. K., Carpenter, P. J., Lobel, M., & Simons, J. P. **“Sources of enjoyment of youth sport athletes”**. *Pediatric Exercise Science*, 5, 275–285, 1993.
343. Scanlan, T. K., Babkes, M. L., & Scanlan, L. A. **“Participation in sport: A developmental glimpse at emotion”**, In J. L. Mahoney, R. W. Larson, & J. S. Eccles (Eds.), *Organized activities as contexts of development: Extracurricular activities, after-school and community programmes* (pp. 275–309). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2005.
344. Scanlan, T. K., Carpenter, P. J., Schmidt, G. W., Simons, J. P., & Keeler, B. **“An introduction to the sport commitment model”**, *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 15, 1–15, 1993.
345. Schnohr P, Kristensen TS, Prescott E, Scharling H. **“Stress and life dissatisfaction are inversely associated with jogging and other types of physical activity in leisure time – The Copenhagen City Heart Study”**, *Scand J Med Sci Sports* 15:107–112, 2005.
346. Steptoe A, Wardle J, Fuller R, Holte A, Justo J, Sanderman R, **“Leisure-time physical exercise: prevalence, attitudinal correlates, and behavioral correlates among young Europeans from 21 countries”**, *Prev Med* 26:845–854, 1997.
347. Schrader, M., P., Wann, D., L., **“High Risk Recreation: The Relationship Between Participant Characteristics and Degree of Involvement”**, s.429, *Journal of Sport Behaviour*, Vol.22, no.3, 1999.
348. Schermelleh-Engel, K. ve Moosbrugger, H., **“Evaluating The Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures”**, *Methods of Psychological Research Online*, Vol:8 No:2, 23-74, 2003.
349. Schneider, T. M. **“Sensation seeking in ultra-endurance sports”**, p.p.135, Unpublished manuscript. San Jose State University, 2001.
350. Schechter, L., **“A Normative Conception of Value,”** *Progressive Grocer*, Executive Report, 12-14. 1984.
351. Schilling, T.A., & Hayashi, C.T. **“Achievement motivation among high school basketball and cross-country athletes: A personal investment perspective”**, *Journal of Applied Sport Psychology*, 13,103-128, 2001.
352. Selçuk Z., **“Eğitim Psikolojisi”**, s.201-217, Pegem Yayınevi, Ankara, 1996.

353. Sheth, J., N., Newman, B., I., Gross, B., G., **“Why we buy what we buy: A theory of consumption values”** Journal of Business Research, 22 , 159-170, 1991.
354. Sporting Goods Manufacturers’ Association. **“The 2001 SGMA state of the industry report”**, p.35, North Palm Beach, FL: Author. 2001.
355. Shilbury, D., Westerbeek, H., Shayne, Q., Funk, D., **“Strategic Sport Marketing”**, s.81, 3. Edition, Set in 10.5/12 pt Minion Pro by Bookhouse, Sydney Printed by CMO Image Printing, Singapore, 2009.
356. Sharon, E., B., Lynn, R., K., Pamela, H., Shekhar, M., **“Alternative measurement approaches to consumer values: The list of value and the Rokeach values survey”**, Psychology & Marketing Vol. 2 181-200, 1985.
357. Shannon, C., S., Werner, T., L. **“The Opening of a Municipal Skate Park: Exploring the Influence on Youth Skateboarders’ Experiences”** Journal of Park and Recreation Administration Fall Volume 26, Number 3 pp. 39-50, 2008.
358. Shoham, A., Rose, G. M., & Kahle, L. R. **“Marketing of risky sports: From intention to action”**, Journal of the Academy of Marketing Science, 26, 307-321, 1998.
359. Sitkin, S.B. ve Paolo, A.L. **“Reconceptualizing The Determinants of Risk Behaviour”**, Academy of Management Review, 17(1), 1992.
360. Stelmack R.,M., **“On personality and arousal: a historical perspective on Eysenck and Zuckerman”**. In: Stelmack RM, ed. On the Psychobiology of Personality, London, England: Elsevier; 17–28, 2004.
361. Steptoe, A., Kimbell. J., & Basford, P. **“Exercise and the experience and appraisal of daily stressors: A naturalistic study”**. Journal of Behavioral Medicine 21(4), 363–374, 1998.
362. Stotlar, D.K. **“Successful sport marketing”**, Dubuque, IA: Wm. C. Brown Communications, 1993. Summers, J., Machin, V., & Sargent, G. **“Psychosocial factors related to marathon running”**, Journal of Sport Psychology, 5, 314-331, 1983.
363. Strauss, W., & Howe, N. **“The cycle of generations”**, American Demographics, 13(4), 24-52. 1991.
364. Summers, J., Sargent, G., Levey, A. & Murray, K. **“Middle-aged, non-elite marathon runners: A profile”**, Perceptual and Motor Skills, 54, 963-969, 1982.

365. Sweeney, J., C., Soutar, G., N., ve Johnson, L., W., **“The role of perceived risk in the quality-value relationship: a study in a retail environment”**, Journal of Retailing, Vol. 75, No. 1, pp. 77-105, 1999.
366. Szabo, A., **“Habitual participation in exercise and personality”**, Perceptual and Motor Skills. 74,978, 1992.
367. Sparks, J.N. **“Expository notes on the problem of making multiple comparisons in a completely randomized design”**. Journal of Experimental Education, 31, 343-349, 1963.
368. Spengler, J.O., Connaughton, D.P., Pittman, A.T., **“Risk Management in Sport and Recreation”**, Human Kinetics, United States, 2-9; 12-20, 2006.
369. Stewart, W ve Roth. P. **“Risk Propensity Differences Between Entrepreneurs and Managers: A Meta-Analytic Review”**, Working Paper (A.M. Spiro Center for Entrepreneurial Leadership), no: 99-101, 1992.
370. Stewart, B., Smith, A., C., T., Nicholson, M., **“Sport Consumer Typologies A Critical Review”**, s.206 Sport Marketing Quarterly, Volume 12 Number 4, 2003.
371. Stahl, T., Rutten, A., Nutbeam, D., Bauman, A., Kannas, L., Abel, T., Lucschen, G., Rodriguez, D., J., A., Vinck, J., Van Der Zee, J., **“The importance of the social environment for physically active lifestyle results from an international study”**, Social Science and Medicine 52 1-10, 2001.
372. Stuart, A. and Ord, J.K. **“Kendall's Advanced Theory of Statistics”**, New York: Oxford University Press. 1987.
373. Sümer, N., **“Yapısal Eşitlik Modelleri: Temel Kavramlar ve Örnek Uygulamalar”**, Türk Psikoloji Yazıları, 3 (6), 49-73, 2000.
374. Slovic P. **“The Perception of Risk”**, s.14, London, England: Earth Scan; 2000.
375. Solomon, M., B., **“Waterskiing: Getting Off the Ground”**, s.1-7, ICS Books Inc., US Jun 1999. Erişim Tarihi: 04.04.2009
376. Sonstroem, R. J. Morgan, V. P. **“Exercise and self esteem”**. *Human Kinetics*, Illinois, 1989.
377. Stotlar, D.K. **“A decade of evolution: the sport industry, Sport Marketing Quarterly”** 11(1), 55-58, 2002.
378. Şencan H., **“Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik”**, s.376, Ankara: Seçkin, 2005.
379. Şimşek, Ö., F., **“Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları”**, s. 8-17, 55, Ekinoks Basımevi, Ankara, 2007.

380. Tangen-Foster, J., W., & Latfen, C., W., “**Risk Sport in Basic, Instruction Programs: A Status Assesment**”, research Quarterly for Exercisse and Sport, 54, 305-308, 1983. Aktaran: Leunes, A., Nation, J., R., “**Sport Psychologoy An Introduction**” s. 365-375, The Maple Vail Book Manufacturing, Group, 1996.
381. Taylor, S., and Baker, T., L., “**An assessment of reletionship between service quality and costumer satisfaction in formation of consumer’ purchase intentions**”, Journal of Retailing, 70(2), 163-178, 1994.
382. Tavşancıl, E. “**Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi**”, s.177-181, Ankara:Nobel Yayın Dağıtım. 2006.
383. Tekin, H., “Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme”, Ankara: Yargı yayınları, no: 17. 1996.
384. Teoh, H.Y. ve Foo, S.L “**Moderating Effects of Tolerance For Ambiguity and Risk-Taking Propensity on The Role Conflict- Perceived Performance Relationship: Evidence From Singaporean Entrepreneurs**”, Journal of Business Venturing, 12(1), 1997.
385. Tevrüz, S., “**Davranışlarımızdan Seçmeler**”, s.73, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 1999.
386. Tenekecioğlu, “**Genel İşletme**”, s. 184. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1268 Açık Öğretim FakültesiYayını No: 704, Eskişehir- 2003.
387. Timothy A., B., “**Confirmatory Factor Analysis for Applied Research**”, s.1-4, (Methodology In The Social Sciences) The Guilford Press; 1 edition March 30, 2006.
388. Tillman. K. Relationship between physical fitnesss and selected personality traits, **Research Quarterly**, 36.483-489, 1965.
389. Tomlinson, J., “**The İllustrated Guide to Maksimum Adrenalin Thrills**”, s.43,62,50,72 Italy 1994.
390. Torkildsen, G. “**Torkildsen’s Guides to Leisure Management**”, s. 45, Longman, London. 1992.
391. Tholkes, B. “**Defining risk**”, Camping Magazine, 71(5): 24-27, September 1. 1998.
392. Trail, G., T., James, J., D., “**The Motivation Scale for Sport Consumption: Assesment of the Scale’s Psychometric Properties**”, Journal of Sport Behavior, vol.24, No.1, pp. 108-127, 2001.
393. Trimpop R., M., Kerr J., H., and Kirkcaldy B., “**Comparing personality constructs of risk-taking behavior**” Personality and Individual Differences 126, 237-254, 1999.

394. Tiryaki, Ş. **“Spor Psikolojisi”**, s.20-25, Ankara: Eylül Kitap ve Yayınevi, 2000.
395. Turel, O., & Serenko, A., **“Satisfaction with mobile services in Canada: An empirical investigation”**, Telecommunications Policy, 30(5/6), 314–331, 2006.
396. Turgut, M. F. **“Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme Metodları”**, s.33.42, Ankara: Gül Yayınevi, 1997.
397. Ural, A., Kılıç, İ., **“Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi”**, Ankara: Detay Yayıncılık, 2006.
398. Vagias, W., Morais, D. Dziubek, D. **“The role of risk perception in a oneday wilderness whitewater rafting trip”**, Proceedings of the 2005 Northeastern Recreation Research Symposium, 39–47, 2005.
399. Vantrappen, H., **“Creating customer value by streamlining business proceses”**, Long Range Planning, 25 February, 193-210, 1990.
400. Wang, N., **“Logos-modernity, Eros-modernity, and leisure”** Leisure Studies 15 121–135, 1996.
401. Wang, Y., Lo, H. P., & Yang, Y., **“An integrated framework for service quality, customer value, satisfaction: Evidence from China’s telecommunication industry”**, Information Systems Frontiers, 6(4), 325–340, 2004.
402. Wann, D., L., **“Preliminary Validation Of The Sport Fan Motivation Scale”** Nov95, Vol. 19 Issue 4, p377-396, 20p, 5 charts, 1995.
403. Wankel L.,M., **“The importance of enjoyment to adherence and psychological benefits from physical activity”**, 24:151– 169. Int J Sport Psychol 1993.
404. Wankel, L. & Kreisel, P. **“Factors underlying enjoyment of youth sports: Sport and age group comparisons”**, Journal of Sport Psychology, 7, 51-64, 1985.
405. Weber, J., **“Wkakeboarding On the Edge”** Publisher Sport on the edge Lic. 3 August 2000.
406. Weber, R. J. **“Relationship of physical fitnesss to success in college and to personality.** Research Quarterly. 24, 471-474, 1953
407. Weiss, M.R. **“Self Esteem and Achievement in Children’s Sport and Physical Activity”**, *Advances in Pediatric Sport Sciences*, vol. 2, *Behavioural Issues*, pp. 87–119. Champaign, IL: Human Kinetics 1987.
408. Wells, W., D., **“Discovery-oriented consumer research”**, Journal of Consumer Research, 19, 489-504, 1993.

409. Woodruff, R., A., and Richard, L., O., **“The dimensionality of consumption emotion patterns and consumer satisfaction”**, Journal of consumer research, 18 June, 84-91, 1991.
410. Whitehead, J.R., & Corbin, C.B.. **“Youth fitness testing: The effect of percentilebased evaluative feedback on intrinsic motivation”**, Research Quarterly for Exercise and Sport”, 62, 225–231, 1991.
411. Wann, D. L., Melnick, M. J., Russell, G. W. and Pease, D. G. **“Sport Fans: The Psychology and Social Impact of Spectators”**, London: Routledge, 2001.
412. Watkins, L., and Juergen Gnoth, J., **“Methodological Issues in Using Kahle’s List of Values Scale for Japanese Tourism Behaviour”**, s. 225, Journal of Vacation Marketing, March 2005
413. Wells, W., D., **“Discovery-oriented consumer research”**, Journal of Consumer Research, 19.489-504.
414. Welsh, M. C.. Labbe. E. E. & Delaney. D., **“Cognitive strategies and personality variables in adherence to exercise”**, Psychological Reports, 68. 1327- 1335, 1991.
415. West, S. G., Finch, J. F. ve Curran, P.J. **“Structural Equation Models With Nonnormal Variables and Remedies”**, Aktaran Hoyle, R. H. (Ed.). Structural Equation Modeling: Concepts, Issues, and Applications, Sage: London, 1995.
416. William G., H., **“Maslow's Hierarchy of Needs”**, s.18, Esalen Books, Viking Press, February 2004.
417. Woodruff, R., B., **“Customer value: the next source for competitive advantage”**, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 25, ss. 139-53, 1997.
418. Wuensch, K. L. **“Kurtosis”**, In B. S. Everitt & D. C. Howell (Eds.), Encyclopedia of statistics in behavioral science” pp. 1028 – 1029, Chichester, UK: Wiley, 2005.
419. Wuensch, K. L. **“Skewness”**, In B. S. Everitt & D. C. Howell (Eds.), Encyclopedia of statistics in behavioral science pp. 1855 – 1856, Chichester, UK: Wiley. 2005.
420. Wylleman, P. **“Interpersonal relationships in sport: Uncharted territory in sport psychology research”**, International Journal of Sport Psychology, 31, 555-572, 2000.
421. Yazıoğlu, Y., Erdoğan, S., **“SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri”** s.190-225, Detay Yayıncılık, Ankara, 2007.
422. Yeung. R. R. & Hemsley, D. R. **“Personality, exercise, and psychological well-being: Static relationships in the community”**, Personality and Individual Differences, 22,47-53, 1997.

423. Young. R. J. & Ismail. A. H. **“Comparison of selected physiological and personality variables in regular and nonregular adult male exercisers”**, Research Quarter1.v. 48, 617-622, 1977.
424. Yılmaz, V., **“LISREL ile Yapısal Eşitlik Modelleri: Tüketici Şikayetlerine Uygulanması”**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , cilt 4,no.1,s.77-90, 2004.
425. Yılmaz, V., **“Tüketici Memnuniyeti ve İhtiyaçlarının Marka Sadakatine Etkisi: Sigara Markasına Uygulanması”** A.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi 1, 257-269, 2005.
426. Yılmaz, V., Çelik, H., E., **“LISREL ile Yapısal Eşitlik Modellemesi-I. Temel Kavramlar, Uygulamalar, Programlama”**, s.41, Ankara: Pegem Akademi, 2009.
427. Yılmaz, O. **“Stresin Performans Üzerine Etkisi: 40. Piyade Eğitim Alayı Komutanlığı Lider Personeli Üzerinde Bir Araştırma”** s.4, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, 2006.
428. Yeşim, A., Ergün, Ü., Amasyalı, C., Er, F., Olgun, N., N., Aker, T., A., **“Çalışanlar için Yaşam Kalitesi ölçeği Türkçe Uyarlaması Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması”**, Nöropsikiyatri Dergisi, 47: 111-7, 2010.
429. Yetim, Ü., **“Life Satisfaction. A Study Based on The Organization of Personal Projects”**, social Indicators research, 29:3, p.277, 1993.
430. Yetim, A., **“Sosyoloji ve Spor”**, s. 80-81, 152-157, Topkar Matbaacılık, Ankara, 2000.
431. Yörükoğlu, A., **“Gençlik Çağı”**, s.70, Özgür Yayın Dağıtım, İstanbul, 1990.
432. Zarevski, P., MaruSib, I., Zolotic, S., Bunjevac, T., **“Contribution Of Arnett’s Inventory of Sensation Seeking and Zuckerman’s Sensation Seeking Scale to the Differentiation of Athletes Engaged in High and Low Risk Sports”**, Department of Psychology, University of Zagreb, Luciceva 3, 10000 Zagreb, CroatiaReceived 26 September, 1997;(25) 763-768.
433. Zaggelidis, G., Martinidis, K. and Zaggelidis, S, **“Comparative study of factorsmotives in beginning practicing judo and karate. Physical Training: Fitnesss for Combatives”** May, 1-8. 2004.
434. Zhang, J., J., Pease, D., G., Hui, S., C., and Michaud, T., J., **“Variables affecting teh spectator decision to attend NBA games”** Sport Marketing Quarterly, 4, 29-39, 1995.

435. Zeithaml, V., A., “**Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence**”, *Journal of Marketing*, 52 (July), 2-22, 1988.
436. Zeithaml, V., A., Berry, L. L., & Parasuraman, A., “**The behavioral consequences of service quality**”, *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46, 1996.
437. Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. “**Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm**”, 3rd ed., McGraw-Hill, New York, NY. 2003.
438. Zmijewski C., F., Howard, M., O., “**Exercise Dependence and Attitudes Toward Eating Among Young Adults**”, *Eating Behaviors* 4: 181-195, 2000.
439. Zuckerman M. “**Are you a risk taker?**” *Psychology Today*. 33:52–56 2000.
440. Zuckerman M. “**The shaping of personality: genes, environment, and chance encounters**”. *J Personality Assessment*. 82:11–22, 2004.
441. Zucherman, M., “**Sensation Seeking and risk Taking**”, In C. E. Izard (Ed) *Emotions in Personality and Psychopathology*, s. 163-197. new York: plenum, 1979.
442. Zuckerman, M., “**Experience and Desire: A New Format for Sensation Seeking Scales**”, *Journal of Consulting and clinical Psychology*, 36,45-52, 1984. Aktaran: John, H., K., “**Motivation and Emotion in Sport Reversal Theory**”, s. 49, *Psychology Press*, 1997.
443. Zuckerman, M., “**Sensation seeking and sports. Personality and Individual Differences**”, 4, 285-293, 1983.
444. Zuckerman, M., “**Personality and Risk-Taking: Common Biosocial Factors**”. 2000; (68) 6, 999-1029.
445. (http1) [www.fitcentric.com/download/Spine%20in%20Extrm%20Sports\\_10\\_03.pdf](http://www.fitcentric.com/download/Spine%20in%20Extrm%20Sports_10_03.pdf) “**The Spine in Extreme Sports**” Erişim Tarihi: 03.03.2009
446. (http2)[http://www.maclester.edu/geography/mage/curriculum/lessons/extreme\\_sports.pdf](http://www.maclester.edu/geography/mage/curriculum/lessons/extreme_sports.pdf) “**Geography of Extreme Sports**” Erişim Tarihi: 03.03.2009
447. (http3) <http://www.london.edu/facultyandresearch/research/docs/risk.ps.pdf>, Erişim Nicholson N., Fenton-O’Creivy, F., Soane, E., Willman, P., “**Risk Propensity and Personality**”, Tarihi 09.05.2009
448. (http4)<http://www.phoenix-fly.com/articles%20stvari/Starting%20Wingsuit%20BASE.pdf> “**Advice for Starting Wingsuit BASE**”, s. 1-5 January 2009 Erişim Tarihi: 03-03-2009
449. (http5)<http://www.wind-drifter.com/HGArticles.php> “**Foot Launching With Hang Gliding Magazine**” s. 1-9 October, 2001, Erişim Tarihi: 03.03.2009



450. ([http6](http://www.delineteiler.net/forum/diger-spor-dallari/23473-skydiving-serbest-parasutculuk.html))<http://www.delineteiler.net/forum/diger-spor-dallari/23473-skydiving-serbest-parasutculuk.html> Erişim Tarihi 03.03.2009
451. ([http7](http://www.aaafoundation.org/pdf/inline.pdf)) <http://www.aaafoundation.org/pdf/inline.pdf> **“Foundation for Traffic Safety Did You Know? Inline Skating Safety”** 1440 New York Ave NW Suite 201 Washington, DC 20005) Erişim Tarihi: 05.03.2009
452. ([http8](http://www.kimnedir.com/pdf-1487-6d3a1e06d6a06349436bc054313b648c-bisiklet+nedir.pdf)) <http://www.kimnedir.com/pdf-1487-6d3a1e06d6a06349436bc054313b648c-bisiklet+nedir.pdf> Erişim Tarihi: 03.04.2009
453. ([http9](http://www.caves.org/brochure/grc.pdf)) <http://www.caves.org/brochure/grc.pdf> **“A Guide to Responsible Caving National Speleological Society”** s. 5-10 Cave Avenue Huntsville, 2003. Erişim Tarihi: 04.03.2009
454. ([http10](http://www.themavenprojects.com/talk/maven_NorthCounty10-22.pdf)) [www.themavenprojects.com/talk/maven\\_NorthCounty10-22.pdf](http://www.themavenprojects.com/talk/maven_NorthCounty10-22.pdf) **“Scott Bair Disposable Heroes: Freestyle Motocross Stars Have Taken Their Sport To New Heights”**, Erişim Tarihi: 04.03.2009
455. ([http11](http://www.docstoc.com/docs/5201651/STATE-MOUNTAIN-BIKE-PLAN-for-South-Australia-MOUNT-LOFTY))<http://www.docstoc.com/docs/5201651/STATE-MOUNTAIN-BIKE-PLAN-for-South-Australia-MOUNT-LOFTY> Erişim Tarihi: 03.04.2009
456. ([http12](http://www.waterski-wakeboard.ca/barefoot_history_e.htm)) [http://www.waterski-wakeboard.ca/barefoot\\_history\\_e.htm](http://www.waterski-wakeboard.ca/barefoot_history_e.htm) Erişim Tarihi: 04.04.2009
457. ([http13](http://www.onecaribbean.org/content/files/ExtremeSportCaribbeanNicheMarkets.pdf))[www.onecaribbean.org/content/files/ExtremeSportCaribbeanNicheMarkets.pdf](http://www.onecaribbean.org/content/files/ExtremeSportCaribbeanNicheMarkets.pdf) **“Extreme Sports”** Erişim Tarihi: 05.04.2009
458. ([http14](http://www.americansportsdata.com/pr_04-01-01.asp))[http://www.americansportsdata.com/pr\\_04-01-01.asp](http://www.americansportsdata.com/pr_04-01-01.asp), Lauer “Extreme sports” bonanza. Retrieved 5 April 2005 Erişim Tarihi: 15.08.2009
459. ([http15](http://www.extremesportscafe.com/pdfinfo/index.html))<http://www.extremesportscafe.com/pdfinfo/index.html> Erişim Tarihi: 08.08.2009
460. ([http16](http://www.fethiyesurfcenter.com/index.php?option=com_content&task=view&id=7&Itemid=1&lang=tr))[http://www.fethiyesurfcenter.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=7&Itemid=1&lang=tr](http://www.fethiyesurfcenter.com/index.php?option=com_content&task=view&id=7&Itemid=1&lang=tr) Erişim Tarihi:08.08.2009
461. ([http17](http://www.americansportsdata.com/sports_sector_analysis1.asp)) Sport Sector Analysis Report (2004) Retrieved 5 April 2005 Erişim Tarihi: 17.08.2009 [http://www.americansportsdata.com/sports\\_sector\\_analysis1.asp](http://www.americansportsdata.com/sports_sector_analysis1.asp)
462. ([http18](http://www.genesbmx.com/2008-bmx-olympics.html))<http://www.genesbmx.com/2008-bmx-olympics.html>, Erişim Tarihi: 17.08.2009
463. ([http19](http://www.whdf.com/events/Press%20Release%20European%20Cliff%20Diving%20Championship%202008.pdf))<http://www.whdf.com/events/Press%20Release%20European%20Cliff%20Diving%20Championship%202008.pdf> World High Diving Federation, WebSitesi, Erişim Tarihi:09.09.2009
464. ([http20](http://www.patenturk.net/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=1)) <http://www.patenturk.net/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=1> Erişim Tarihi: 09.09.2009

465. (http21) <http://www.faqs.org/sports-science/Dr-Fo/Extreme-Sports.html> Erişim Tarihi: 09.09.2009
466. (http22) <http://en.wikipedia.org/wiki/Wakeboarding> Erişim Tarihi: 24.09.2009
467. (http23) <http://www.formsante.com.tr/spor/00156/> Erişim Tarihi: 24.09.2009
468. (http24) <http://tr.wikipedia.org/wiki/Parkour> Erişim Tarihi: 24.09.2009
469. (http25) <http://www.turkparkour.com/> Erişim Tarihi: 25.09.2009
470. (http26) American Sports Data, Inc. (2002, August). ‘Generation Y’ drives increasingly popular ‘extreme’ sports. Retrieved 29 December 2004 from [http://www.americansportsdata.com/pr\\_08-01-02\\_3.asp](http://www.americansportsdata.com/pr_08-01-02_3.asp) Erişim Tarihi: 30.09.2009
471. (http27) <http://www.cb-skydive-team.de/tr/index.html> Erişim Tarihi: 27.10.2009
472. (http28) <http://www.faqs.org/sports-science/Dr-Fo/Extreme-Sports.html> Erişim Tarihi: 10.09.2009
473. (http29) <http://en.wikipedia.org/wiki/Paragliding> Erişim Tarihi: 10.12.2009
474. (http30) <http://www.enjoyturkey.com/Tours/Interest/Paragliding.htm> Erişim Tarihi: 10-12.2009
475. (http31) [http://tr.wikipedia.org/wiki/Bungee\\_jumping](http://tr.wikipedia.org/wiki/Bungee_jumping) Erişim Tarihi: 24.12.2009
476. (http32) [www.freewebs.com/nakednews21110am/sports.htm](http://www.freewebs.com/nakednews21110am/sports.htm) Erişim Tarihi: 24.12.2009
477. (http33) [http://www.andamanadventures.com/press\\_articles/base\\_jump\\_climbing\\_thailand.shtml](http://www.andamanadventures.com/press_articles/base_jump_climbing_thailand.shtml) Erişim Tarihi: 24.12.2009
478. (http34) <http://www.rollinglobe.com/RGWeb/map/details.aspx?loc=454&city=5> Erişim Tarihi: 24.12.2009
479. (http35) <http://www.hafif.org/yazi/siradisi-bir-tatil-anlayisi-ekstrem-2> Erişim Tarihi: 24.12.2009
480. (http36) <http://kayserihavacilikkulubu.com/start1993/content/view/20/38/> Erişim Tarihi: 24.12.2009
481. (http37) [http://www.tmresimler.com/data/media/785/TMresimler.com\\_delta\\_kanat.jpg](http://www.tmresimler.com/data/media/785/TMresimler.com_delta_kanat.jpg) Erişim Tarihi: 24.12.2009
482. (http38) <http://smartypam.blogspot.com/2009/02/as-close-to-sky-diving-as-i-want-to-be.html> Erişim Tarihi: 24.12.2009
483. (http39) [www.wallpaperbase.com/sports-skydiving.shtml](http://www.wallpaperbase.com/sports-skydiving.shtml) Erişim Tarihi: 24.12.2009
484. (http40) [www.hickoksports.com/history/skysurfing.shtml](http://www.hickoksports.com/history/skysurfing.shtml) Erişim Tarihi: 24.12.2009
485. (http41) <http://skydivernetwork.ning.com/group/friendsofskysurfing> Erişim Tarihi: 24.12.2009

486. ([http42](http://www.forumalev.net/doga-sporlari/304977-yamac-parasutu-kokeni-ve-ozellikleri.html))<http://www.forumalev.net/doga-sporlari/304977-yamac-parasutu-kokeni-ve-ozellikleri.html> Erişim Tarihi: 24.12.2009
487. ([http43](http://www.talas.bel.tr/yamac.htm))[www.talas.bel.tr/yamac.htm](http://www.talas.bel.tr/yamac.htm) Erişim Tarihi: 24.12.2009
488. ([http44](http://himalman.files.wordpress.com/2009/06/indoor-rock-climbing-2.jpg))<http://himalman.files.wordpress.com/2009/06/indoor-rock-climbing-2.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009
489. ([http45](http://www.lake-garda-revealed.com/lake-garda-rock-climbing.html))<http://www.lake-garda-revealed.com/lake-garda-rock-climbing.html> Erişim Tarihi: 24.12.2009
490. ([http46](http://jassyworld.blogspot.com/2009/03/most-dangerous-extreme-sports.html))<http://jassyworld.blogspot.com/2009/03/most-dangerous-extreme-sports.html> Erişim Tarihi: 24.12.2009
491. ([http47](http://jassyworld.blogspot.com/2009/03/most-dangerous-extreme-sports.html))<http://jassyworld.blogspot.com/2009/03/most-dangerous-extreme-sports.html> Erişim Tarihi: 24.12.2009
492. ([http48](http://www.fatbmx.com/uploads2/user_Bart/2006_05/wk18/bmx_masters.jpg))[http://www.fatbmx.com/uploads2/user\\_Bart/2006\\_05/wk18/bmx\\_masters.jpg](http://www.fatbmx.com/uploads2/user_Bart/2006_05/wk18/bmx_masters.jpg) Erişim Tarihi: 24.12.2009
493. ([http49](http://blogs.phillyburbs.com/news/bct/wpcontent/blogs.dir/3/files/2008/08/wk_of_0810/0820bmx.jpg))[http://blogs.phillyburbs.com/news/bct/wpcontent/blogs.dir/3/files/2008/08/wk\\_of\\_0810/0820bmx.jpg](http://blogs.phillyburbs.com/news/bct/wpcontent/blogs.dir/3/files/2008/08/wk_of_0810/0820bmx.jpg) Erişim Tarihi: 24.12.2009
494. ([http50](http://timnary.com/ist210/xsdb/images/tricks/KissofDeath.jpg))<http://timnary.com/ist210/xsdb/images/tricks/KissofDeath.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009
495. ([http51](http://www.wedesignandconquer.com/wp-content/uploads/2009/08/michael.jpg))<http://www.wedesignandconquer.com/wp-content/uploads/2009/08/michael.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009
496. ([http52](http://www.rocketjones.com/images/jeff-mountain-biking.jpg))<http://www.rocketjones.com/images/jeff-mountain-biking.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009
497. ([http53](http://www.10fifty.com/wallpaper/mountain-biking-wall10.jpg))<http://www.10fifty.com/wallpaper/mountain-biking-wall10.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009
498. ([http54](http://www.yakima-campfire.com/Camp_files/Camp.html))[www.yakima-campfire.com/Camp\\_files/Camp.html](http://www.yakima-campfire.com/Camp_files/Camp.html) Erişim Tarihi: 24.12.2009
499. ([http55](http://www.chillisauce.co.uk/images/19801-19900/19819.jpg))<http://www.chillisauce.co.uk/images/19801-19900/19819.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009
500. ([http56](http://www.lat34.org/quick_hits/wpcontent/uploads/2008/05/dayne_brummet1_030508.jpg))[http://www.lat34.org/quick\\_hits/wpcontent/uploads/2008/05/dayne\\_brummet1\\_030508.jpg](http://www.lat34.org/quick_hits/wpcontent/uploads/2008/05/dayne_brummet1_030508.jpg) Erişim Tarihi: 24.12.2009
501. ([http57](http://expn.go.com/media/xgames/sxg/2001/010814_ESPNSKATE1_i.jpg))[http://expn.go.com/media/xgames/sxg/2001/010814\\_ESPNSKATE1\\_i.jpg](http://expn.go.com/media/xgames/sxg/2001/010814_ESPNSKATE1_i.jpg) Erişim Tarihi: 24.12.2009
502. ([http58](http://www.lat34.org/quick_hits/wp-content/uploads/2008/08/x_games14.jpg))[http://www.lat34.org/quick\\_hits/wp-content/uploads/2008/08/x\\_games14.jpg](http://www.lat34.org/quick_hits/wp-content/uploads/2008/08/x_games14.jpg) Erişim Tarihi: 24.12.2009
503. ([http59](http://corporate.olympics.com.au/sports.cfm?SportID=35&DisciplineID=))<http://corporate.olympics.com.au/sports.cfm?SportID=35&DisciplineID=> Erişim Tarihi: 24.12.2009

504. (<http60>)[www.extremspor.com/news\\_detail.php?id=32](http://www.extremspor.com/news_detail.php?id=32) Erişim Tarihi: 24.12.2009
505. (<http61>)<http://parkour.meetup.com/120/calendar/9603746/> Erişim Tarihi: 24.12.2009
506. (<http62>)<http://www.waterski-wakeboard.ca/images1/pmacdonaldjumping.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009
507. (<http63>)<http://www.waterski.canberra.net.au/waterskiact/barefoot/pics/shazza.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009
508. (<http64>)<http://www.wswsask.com/images/banner-default.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009
509. (<http65>)<http://images.businessweek.com/ss/06/10/fantasy/source/8.htm> Erişim Tarihi: 24.12.2009
510. (<http66>)<http://users.ecs.soton.ac.uk/srg/photos/windsurf.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009
511. (<http67>)[http://www.lnx.gen.tr/details.php?image\\_id=216](http://www.lnx.gen.tr/details.php?image_id=216) Erişim Tarihi: 24.12.2009
512. (<http68>)[http://www.oceanhunter.co.nz/site\\_resources/library/Freediving.jpg](http://www.oceanhunter.co.nz/site_resources/library/Freediving.jpg) Erişim Tarihi: 24.12.2009
513. (<http69>)<http://pulsslag.com/wp-content/uploads/2009/01/freediving.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009
514. (<http70>)<http://siestaluxuryvacations.com/images/sarasota/kiteboarding.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009
515. (<http701>)<http://blog.buch-club-net.de/media/blogs/a/kiteboarding.jpg> Erişim Tarihi: 24.12.2009
516. (<http72>)[http://www.allposters.com/-sp/Man-cliff-diving-AcapulcoMexicoPosters\\_i4182354\\_.htm](http://www.allposters.com/-sp/Man-cliff-diving-AcapulcoMexicoPosters_i4182354_.htm) Erişim Tarihi: 24.12.2009
517. (<http73>)<http://www.superonline.com/haber/red-bull-cliff-divingin-5.-etabi-antalyada-41496> Erişim Tarihi: 24.12.2009
518. (<http74>) <http://www.makefive.com/categories/sports/water/watersports> Erişim Tarihi: 24.12.2009
519. (<http75>) [http://www.northwales.co.uk/assets/\\_files/images/mar08/lbnw1204736547wakeboarding-wakestock.jpg](http://www.northwales.co.uk/assets/_files/images/mar08/lbnw1204736547wakeboarding-wakestock.jpg) Erişim Tarihi: 24.12.2009
520. (<http76>) WHDF European Cliff Diving Championship Caverigno, Maggia Valley, TI, Switzerland 25 - 26 July 2008 [www.whdf.com](http://www.whdf.com)
521. (<http77>)\_SAHİNLER, [http://www.mku.edu.tr/genel/fakulte/ziraat/zootekni/personel\\_veri/suat/Bolum\\_9.pdf](http://www.mku.edu.tr/genel/fakulte/ziraat/zootekni/personel_veri/suat/Bolum_9.pdf)
522. (<http78>) Garson D. Factor Analysis. Erişim Tarihi. 24.12.2009. <http://www2.chass.ncsu.edu/garson/pa765/factor.htm> Erişim Tarihi: 20-01-2011.

523. (http 79) Kline R. Principles and Practice of Structural Equation Modeling. <http://www.chass.utoronto.ca/~josephf/pol419/outline.htm>. (2007). Erişim Tarihi: 20-01-2011
524. (http 80) <http://tr.wikipedia.org/wiki/Modernite> Erişim tarihi: 20-06-2011