T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ-CERRAHPAŞA
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

DOKTORA TEZİ

TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLARIN SPOR TÜKETİMİ VE KATILIM SIKLIĞI BAKIMINDAN İNCELENMESİ: GEÇERLİK VE GÜVENİLİRLİK ÇALIŞMASI

Mehmet HOCAOĞLU

DANIŞMAN
Prof. Dr. Bilge DONUK

Spor Yönetim Bilimleri Anabilim Dalı

Spor Yönetim Bilimleri Programı

Haziran, 2022

TEZ KABUL VE ONAYI

Mehmet HOCAOĞLU tarafından, **Prof. Dr. Bilge DONUK** danışmanlığında hazırlanan **"TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLARIN SPOR TÜKETİMİ VE KATILIM SIKLIĞI BAKIMINDAN İNCELENMESİ: GEÇERLİK VE GÜVENİLİRLİK ÇALIŞMASI"** başlıklı bu çalışma, jürimiz tarafından **30/06/2022** tarihinde yapılan sınav sonucunda **oy birliği** ile başarılı bulunarak **Doktora Tezi** olarak kabul edilmiştir.

Tez Jürisi

		İmza	**Sonuç**
DANIŞMAN	Prof. Dr. Bilge DONUK İstanbul Üniversitesi - Cerrahpaşa Spor Yönetim Bilimleri Anabilim Dalı		☒ Kabul ☐ Ret
ÜYE	Doç. Dr. Selçuk Bora ÇAVUŞOĞLU İstanbul Üniversitesi - Cerrahpaşa Spor Yönetim Bilimleri Anabilim Dalı		☒ Kabul ☐ Ret
ÜYE	Dr. Öğr. Üyesi Bülent DURAN İstanbul Üniversitesi - Cerrahpaşa Hareket ve Antrenman Anabilim Dalı		☒ Kabul ☐ Ret

ÜYE	Prof. Dr. Eray YURTSEVEN İstanbul Üniversitesi Biyoistatistik Anabilim Dalı	☒ Kabul ☐ Ret
ÜYE	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Güven GÜNVER İstanbul Üniversitesi Biyoistatistik Anabilim Dalı	☒ Kabul ☐ Ret

Eşime ve dostlarıma ithaf ediyorum…

BÜTÇE DESTEKLERİ

TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLARIN SPOR TÜKETİMİ VE KATILIM SIKLIĞI BAKIMINDAN İNCELENMESİ: GEÇERLİK VE GÜVENİLİRLİK ÇALIŞMASI

Bu tez çalışması için herhangi bir kurumdan bütçe desteği alınmamıştır.

TEŞEKKÜR

Bugünlere gelmemde emeği olan en başta ailem olmak üzere, akademik hayatımda her zaman desteğini yanımda hissettiğim, tezimi hazırlama sürecinde her sorduğum soruda ve ihtiyacım olan her konuda yanımda olan başta danışmanım Prof. Dr. Bilge DONUK olmak üzere, saygıdeğer hocalarım Doç. Dr. Selçuk Bora ÇAVUŞOĞLU, Dr. Öğr. Üyesi Bülent DURAN, Öğr. Gör. Dr. Cemile Nihal YURTSEVEN, Doç. Dr. Suzan DAL, Doç. Dr. Sevim GÜLLÜ hocalarıma ve çok sevgili iş arkadaşlarım Arş. Gör. Dr. Ataman TÜKENMEZ, Arş. Gör. Cemal GÜLER ve Arş. Gör. Dr. Hasan Ceyhun CAN'a teşekkürlerimi sunarım.

Birlikte çalışmaktan keyif aldığım Doç. Dr. Orkun AKKOÇ, Doç. Dr. Selin BİÇER BAİKOĞLU, Öğr. Gör. Dr. Neslihan FİLİZ, Arş. Gör. Doğa KURAL, Arş. Gör. Hamdi ÖZDEMİR ile İstanbul Üniversitesi – Cerrahpaşa Spor Bilimleri Fakültesi'ndeki tüm hocalarıma ve idari personele teşekkürü bir borç bilirim. Akademik kariyerimde yaptıkları yönlendirmelerle bana desteklerini hiç eksik etmeyen Doç. Dr. Mehmet ÖZTÜRK, Doç. Dr. Hanife Banu ATAMAN YANCI ile Prof. Dr. Ayşe TÜRKSOY IŞIM'a teşekkürü bir borç bilirim.

Tez sürecinde yaşadığım her zorlukta güler yüzü ve olumlu yaklaşımıyla beni motive eden ve bu tez çalışmasını tamamlamama vesile olan canım eşim, varlığın için teşekkürler.

Haziran 2022 Mehmet HOCAOĞLU

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

TEZ KABUL VE ONAYI ..... **ii**
BÜTÇE DESTEKLERİ ..... **v**
TEŞEKKÜR ..... **vi**
İÇİNDEKİLER ..... **vii**
ŞEKİL LİSTESİ ..... **x**
TABLO LİSTESİ ..... **xi**
SİMGE VE KISALTMA LİSTESİ ..... **xii**
ÖZET ..... **xiii**
ABSTRACT ..... **xv**
1. GİRİŞ **1**
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE **3**
2.1. HÜR İRADE KURAMI 3
2.1.1. Bilişsel Değerlendirme Teorisi 4
2.1.2. Organizmik Bütünleşme Teorisi 5
2.1.3. Nedensellik Yönelimleri Teorisi 5
2.1.4. Temel Psikolojik İhtiyaçlar Teorisi 6
2.1.5. Hedef İçerik Teorisi 7
2.1.6. İlişki Motivasyonu Teorisi 7
2.2. TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLAR TEORİSİ 8
2.3. TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLARIN DOYUMU VE TATMİNSİZLİĞİ 10
2.4. TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLARIN DOYUMU VE TATMİNSİZLİĞİ ÖLÇEĞİ'NİN (TPİDTÖ) GELİŞİMSEL SÜRECİ 11
2.5. TÜKETİCİ DOYUMU VE MEMNUNİYETİ 12
2.5.1. Beklenti-Onaylama Teorisi 13
2.5.2. Karşılaştırma Düzeyi Teorisi 13
2.5.3. Eşitlik Teorisi 14
2.5.4. Yükleme Teorisi 15
2.5.5. Karşılaştırmalı Standartlar Olarak Normlar ve Değer-Algı Eşitsizliği Teorisi 16

2.5.6. Değer-Algı Eşitsizliği Teorisi 16
2.6. SPOR TÜKETİCİSİ 17
2.6.1. Spor Seyircisi 18
2.6.2. Spor Ürünleri 18
3. YÖNTEM 20
3.1. ARAŞTIRMA MODELİ 20
3.2. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ 20
3.3. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ 21
3.4. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI 21
3.5. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLILIKLARI 22
3.6. ARAŞTIRMANIN VERİ TOPLAMA ARAÇLARI 22
3.6.1. Kişisel Bilgi Formu 22
3.6.2. Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu ve Tatminsizliği Ölçeği (TPİDTÖ) 22
3.6.3. Spor Tüketimi Ölçeği (STÖ) 23
3.7. VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ 23
4. BULGULAR 25
4.1. BİRİNCİ AŞAMADA KATILIMCILARIN DEMOGRAFIK ÖZELLİKLERİNE GÖRE DAĞILIMLARI 25
4.2. TPİDTÖ'NE İLİŞKİN DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ 25
4.3. TPİDTÖ'NE İLİŞKİN GÜVENİLİRLİK VE UYUM İNDEKSLERİ 27
4.4. İKİNCİ AŞAMADA KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE DAĞILIMLARI 29
4.5. ÖLÇEK PUANLARININ DAĞILIMI 30
4.6. ÖLÇEK PUANLARININ İSTATİSTİKSEL TEST SONUÇLARI 31
4.6.1. TPİDTÖ'ne İlişkin Analiz Sonuçları 31
4.6.2. Spor Tüketimi Ölçeği'ne İlişkin Analiz Sonuçları 36
4.6.3. TPİDTÖ ile STÖ Arasındaki İlişkiye Dair Analiz Sonuçları 39
5. TARTIŞMA 41
5.1. BİRİNCİ AŞAMADA TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLARIN DOYUMU VE TATMİNSİZLİĞİ ÖLÇEĞİNE İLİŞKİN BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ 41
5.2. İKİNCİ AŞAMADA TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLARIN DOYUMU VE TATMİNSİZLİĞİ ÖLÇEĞİNE İLİŞKİN BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ 42
5.3. SPOR TÜKETİM ÖLÇEĞİNE İLİŞKİN BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ. 44
5.4. TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLARIN DOYUMU VE TATMİNSİZLİĞİ ÖLÇEĞİ İLE SPOR TÜKETİMİ ÖLÇEĞİ ARASINDAKİ İLİŞKİYE YÖNELİK BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ 45

6. SONUÇ VE ÖNERİLER 46
KAYNAKLAR 49
EKLER 58
İNTİHAL RAPORU İLK SAYFASI 61
ETİK KURUL İZİN YAZISI 62
KURUM İZNİ YAZILARI 63

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No

Şekil 4.1: TPİDTÖ'nin altı faktörlü ölçme modeline ilişkin diyagram……..26

TABLO LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 4.1: Katılımcıların Kişisel Bilgilerine Göre Dağılımları……...25
Tablo 4.2: TPİDTÖ'ne İlişkin Parametre Tahminleri……..26
Tablo 4.3: TPİDTÖ Güvenilirlik Katsayıları……...27
Tablo 4.4: TPİDTÖ'nin Altı Faktörlü Ölçme Modeline İlişkin Uyum İndeksleri……...28
Tablo 4.5: Katılımcıların Kişisel Bilgilerine Göre Dağılımları…….29
Tablo 4.6: Bireylerin Spora / Fiziksel Aktiviteye Katılımlarına Göre Dağılımları…….….29
Tablo 4.7: Ölçeklerin Puan Dağılımı ve İç Tutarlılık Katsayıları…….….30
Tablo 4.8: Katılımcıların TPİDTÖ Puanlarının Spora/Fiziksel Aktiviteye Aktif Katılım Sıklıklarına Göre MANOVA Bulguları…….31
Tablo 4.9: Katılımcıların TPİDTÖ Puanlarının Spor Seyretme Sıklıklarına Göre MANOVA Bulguları……..…..33
Tablo 4.10: Yaş ile TPİDTÖ Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları……...35
Tablo 4.11: Ortalama Gelir ile TPİDTÖ Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları……...35
Tablo 4.12: Katılımcıların STÖ Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre MANOVA Sonuçları ……...36
Tablo 4.13: Katılımcıların STÖ Puanlarının Spora/Fiziksel Aktiviteye Katılım Sıklıklarına Göre MANOVA Sonuçları……...36
Tablo 4.14: Katılımcıların STÖ Puanlarının Spor Seyretme Sıklıklarına Göre MANOVA Bulguları……37
Tablo 4.15: Yaş ile STÖ Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi Bulguları…….38
Tablo 4.16: Ortalama Gelir ile STÖ Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi Bulguları ……...39
Tablo 4.17: STÖ ve TPİDTÖ Ölçek Puanları Arasındaki Korelasyon Sonuçları……40

SİMGE VE KISALTMA LİSTESİ

Kısaltmalar	Açıklama
BPNSFS	: Basic Psychological Need Satisfaction and Frustration Scale
CFI	: Comparative Fit Index
GA	: Güven Aralığı
GFI	: Goodness-of-fit Index
LISREL	: Linear Structural Relations
MANOVA	: Multivariate Analysis of Variance
NNFI	: Non-Normed Fit Index
RMSEA	: Root Mean Square Error of Approximation
SD	: Serbestlik Derecesi
SPSS	: Statistical Package For The Social Sciences
SRMR	: Standardized Root Mean Squared Residual
SS	: Standart Sapma
STÖ	: Spor Tüketimi Ölçeği
TPİDTÖ	: Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu ve Tatminsizliği Ölçeği

ÖZET

DOKTORA TEZİ

TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLARIN SPOR TÜKETİMİ VE KATILIM SIKLIĞI BAKIMINDAN İNCELENMESİ: GEÇERLİK VE GÜVENİLİRLİK ÇALIŞMASI

Mehmet HOCAOĞLU

İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Spor Yönetim Bilimleri Anabilim Dalı

Spor Yönetim Bilimleri Programı

Danışman : Prof. Dr. Bilge DONUK

Bu çalışmanın amacı sportif aktivitelere katılan bireylerin temel psikolojik ihtiyaçlarının doyum ve tatminsizlik düzeyleri ile spor tüketimi ve spora/fiziksel aktivitelere katılım sıklıkları ile ilişkisinin incelenmesi ve bu doğrultuda ölçüm yapabilecek bir aracın sportif aktiviteler bağlamında Türk toplumu için uyarlanmasıdır. İki aşamadan oluşan çalışmanın birinci aşamasına Türkiye'nin çeşitli büyükşehirlerinde yaşayan ve spora/fiziksel aktiviteye aktif veya seyirci olarak katılan 192'si kadın ($\bar{X}$yaş=30.64±10.02), 200'ü erkek ($\bar{X}$yaş=32.01±11.04) olmak üzere toplam 392 kişi ($\bar{X}$yaş=31.34±10.56) gönüllü olarak katılmıştır. İkinci aşama için çalışmaya yine, Türkiye'nin çeşitli büyükşehirlerinde yaşayan ve sportif aktivitelere etkin ya da seyirci olarak katılan 163'ü kadın ($\bar{X}$yaş=31.58±10.05), 167'si erkek ($\bar{X}$yaş=32.80±11.75) olmak üzere toplam 330 kişi ($\bar{X}$yaş=32.20±10.94) katılmıştır. Katılımcılara kişisel bilgi formu ve iki adet veri toplama aracı verilmiştir. Bunların ilki Chen ve ark. (2015) tarafından geliştirilen, "Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu ve Tatminsizliği Ölçeği" (TPİDTÖ), ikincisi ise Erdeveciler, Balcı ve Elmas (2019) tarafından geliştirilen "Spor Tüketim Ölçeği" (STÖ)'dir. Verilerin analizi SPSS 24.0 ve LISREL 8.80 programları ile yapılmıştır. Ölçek yapı

geçerliliğinin sınanması için birinci düzey DFA, değişkenler arasındaki farklılıkların belirlenebilmesi için MANOVA testi ile birlikte ölçekler arasındaki ilişkiyi belirlemek için Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır. Ayrıca gruplararası farklılıkların belirlenebilmesi için ise Tukey testinden faydalanılmıştır. Ölçeklerin güvenilirliklerinin tespit edilebilmesi için Cronbach'ın alfa iç tutarlılık katsayısı hesaplanmıştır. Sonuç olarak, TPİDTÖ'nin altı faktörlü ölçme modeli geçerli ve güvenilir bulunmuştur. Katılımcıların temel psikolojik ihtiyaçların doyum ve tatminsizlik düzeyleri ile spor tüketimi düzeyleri ve spora/fiziksel aktiviteye katılım sıklıkları ve bazı demografik değişkenlere göre istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler olduğu görülmüştür.

Haziran 2022 , 83 sayfa.

Anahtar kelimeler: Spor Tüketimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar, Doyum ve Tatminsizlik

ABSTRACT

Ph.D. THESIS

EXAMINING BASIC PSYCHOLOGICAL NEEDS IN TERMS OF SPORT CONSUMPTION AND PARTICIPATION FREQUENCY: A VALIDITY AND RELIABILITY STUDY

Mehmet HOCAOĞLU

İstanbul University-Cerrahpaşa

Institute of Graduate Studies

Department of Sport Management Sciences

Sport Management Sciences Programme

Supervisor : Prof. Dr. Bilge DONUK

The purpose of this study is to examine the relationship between the satisfaction and frustration levels of the basic psychological needs of the individuals participating in sports activities, the frequency of sports consumption and participation in sports/physical activities; and in this direction, to adapt a tool that can measure for Turkish society in the context of sports activities. One hundred and ninety two female ($\bar{X}$age=30.64±10.02) and 200 male ($\bar{X}$age=32.01±11.04); a total of 392 ($\bar{X}$age=31.34±10.56) volunteers living in various metropolitan cities of Türkiye who participate in sports/physical activities actively or as spectators participated in the first phase of this two-phased study; while 163 female ($\bar{X}$age=31.58±10.05) and 167 male ($\bar{X}$age=32.80±11.75); a total of 330 ($\bar{X}$age=32.20±10.94) volunteers participated in the second phase. Participants were given a personal information form, along with two other data collection tools. The first of these is the “Basic Psychological Need Satisfaction and Frustration Scale” which was developed by Chen et al. (2015), the second is the “Sports Consumption Scale” which was developed by Erdeveciler, Balcı and Elmas (2019). First-level CFA for testing the

construct validity of the scale, Pearson Correlation analysis to determine the relationship between the scales, MANOVA tests to determine the differences between the variables were conducted. In addition, Tukey test was used to determine the differences between groups. Finally, Cronbach's alpha internal consistency coefficient was calculated to determine the reliability of the scales. As a result, the six-factor model of the scale was found valid and reliable. Statistically significant differences were found between participants' basic psychological need satisfaction and frustration levels, sports consumption levels, frequency of participation in sports/physical activity, and certain demographic variables.

January 2022, 83 pages.

Keywords: Sports Consumption, Basic Psychological Needs, Satisfaction and Frustration

1. GİRİŞ

Sportif etkinliklere katılmanın sağlık açısından yararlarının bilinmesine karşın, ülkemizde düzenli olarak spora ve egzersize katılımın düşük olduğu bilinmektedir. Sosyal ve maddi imkanların bu katılım üzerinde rolü olsa da, bireylerin spora ve egzersize katılması ve bundan keyif alması için yeterli ölçüde güdülenmesi gerekir. Güdülenmenin sağlanabilmesi için ise temel psikolojik ihtiyaçların giderilmesi veya tatmin edilmesi gerekmektedir (Chen ve diğ., 2015).

İhtiyaç, bireyin gidermek için yoğun istek duyduğu ve bu isteği gidermek için bireyi harekete geçiren güç olarak tanımlanır. Fiziksel imkanların sağlandığı ortamda dahi bireyin yaşadığı ihtiyaç hali devam ediyorsa bu durum psikolojik ihtiyaç halini alır. Psikolojik ihtiyaçların giderilmesinin kişinin hissettiği tatmini karşılayacağı varsayıldığında, bireyin harekete geçmek için daha çok istek duyacağı tahmin edilir. Maslow (1943) bu ihtiyaçların belirli bir sıra doğrultusunda ilerlediğini ve alt basamaktaki ihtiyaç tamamlanmadan diğer ihtiyaçların giderilmeyeceğini belirtirken bu ihtiyaçları sırasıyla fizyolojik, güvenlik, sevme ve ait olma, saygı ve kendini gerçekleştirme olarak tanımlamaktadır.

Murray (1938) ise temel psikolojik ihtiyaçları bireyin doğası ile ilişkilendirerek başarma, uyarlık, özerklik, yakınlık, duyguları anlama, ilgi görme, kendini suçlama ve sebat gibi kavramlarla ilişkilendirmiştir. Sporda en çok tercih edilen ve en sık karşımıza çıkan kuram ise öz belirleme kuramından ortaya çıkan temel psikolojik ihtiyaçlar kuramıdır. Deci ve Ryan (2000) bireylerin yeterlik, özerklik ve ilişkili olma duygularının tatmin edilmesiyle temel psikolojik ihtiyaçların karşılanacağını ileri sürmüşlerdir. Kurama göre bu ihtiyaçlar tatmin edildiğinde birey iyi olma hali sergiler ve gelişimi sağlam olur. Bu ihtiyaçların bireyin doğasından kaynaklandığını ve bilinçli ya da bilinçsiz olarak insanların bu ihtiyaçlarını gidermeye çalıştığını belirterek sosyal çevreden de yeterli destek sağlandığında bireyin sağlıklı bir gelişim sergileyeceğini belirtmişlerdir. Bu nedenle temel psikolojik ihtiyaçların doyurulması veya tatminsizliği bireylerin güdülenmesinde rol oynayan etmenler arasındadır.

Spor, birçok insanın hayatında güçlü bir psikolojik, sosyal ve ekonomik etkiye sahiptir. Daha önceki araştırmalar sıklıkla milyonlarca insanın spora katılımcı veya seyirci olarak dahil olduğunu belirtmektedir. Örneğin, Funk (2008), İngiltere'deki yetişkinlerin %75'inin bir tür fiziksel aktiviteye katıldığını, Amerikalıların ise %72'sinin yakın zamanda bir spor etkinliğine katıldığını belirtmiştir. Bu nedenle spor endüstrisi küresel çapta giderek büyümekte ve önem arz etmektedir. Bu endüstri çarkının dönmesini sağlamak için ise her geçen gün yeni bir pazarlama stratejisi geliştirilmektedir. Spor endüstrisi (Örneğin: Amerika Birleşik Devletleri'ndeki en büyük endüstrilerden biri olduğu için, tahminen 441,1 milyar dolar, Plunkett, 2008), spor tüketicileri ve spor pazarlamasına yönelik araştırmalar ve elde edilen bulgular bir dizi endüstri ve kuruluş için önemli olmaya devam etmektedir (Casper, 2007). Bu nedenle tüketici davranışlarına yönelik yapılan çalışmalar giderek artmaktadır. Mevcut çalışmalar genellikle spor etkinliklerine katılma (örn., Neale ve Funk, 2006), ve spor etkinliklerine katılma motivasyonlarına (örn., Funk, Mahony ve Havitz, 2003) odaklanmaktadır. Ancak özellikle spor organizasyonunu güçlendirecek spor malzemelerinin ve spor medyasının tüketimi ve spor pazar yeri gibi diğer spor tüketim araçlarının da (Trail, Robinson ve Kim, 2008) eş zamanlı olarak araştırılması gerekmektedir (Stewart, Aaron, Smith ve Nicholson, 2003).

Bir spor organizasyonuna bağlılık genellikle tüketim davranışlarını tetikleyen faktör olarak öne sürülmektedir (Weiss ve Weiss, 2006). Dolayısıyla bu çalışmanın amacı, katılım sıklığı, spor malzemeleri ve medya tüketimi gibi spor tüketici davranışları arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu ilişkilerin analizinin, spor yöneticilerinin etkili tutma stratejileri tasarlamasına ve farklı spor tüketimi biçimlerini teşvik etmesine yardımcı olması beklenmektedir.

Bu nedenle, bu çalışmanın amacı sportif aktivitelere katılan bireylerin temel psikolojik ihtiyaçlarının doyumu ve tatminsizliğinin spor tüketimi ve sportif aktivitelere katılım sıklıkları ile ilişkisinin incelenmesi ve bu doğrultuda ölçüm yapabilecek bir aracın sportif aktiviteler bağlamında geçerlik ve güvenilirlik sınamasının yapılmasıdır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Fiziksel aktivite ve egzersiz düzenli olarak yapıldığında sağlık, fiziksel ve psikolojik iyilik hali için oldukça faydalıdır (Physical Activity Guidelines Advisory Committee: Physical activity guidelines advisory committee report. Washington DC: U.S. Department of Health and Human Services; 2008.). Birçok insan düzenli egzersizin önemi ve sağlığa yararları hakkında yeterli bilgiye sahip olmasına rağmen düzenli egzersiz yapmamakta veya yapamamaktadır. Yapılan araştırmalar hem ülkemiz hem de Avrupa için düzenli egzersiz yapan insan sayısının beklenen düzeyden düşük olduğunu göstermiştir (Eurobarometer, 2018). Bu durum bize egzersizin sağlığa faydalarının bilinmesinin, hareketsiz davranışları değiştirmek için yeterli olmadığını göstermektedir. Literatüre göre (örn. Edmunds, Ntoumanis ve Duda, 2008; Rodrigues ve diğ., 2018), egzersiz katılımı söz konusu olduğunda motivasyon önemli bir rol oynamaktadır (Radel, Pelletier, Pjevac ve Cheval, 2017) ve düzenli hareketin sürdürülmesinde önemli bir etkisi vardır (Murcia, Roma´ n, Galindo, Alonso ve Gonza´ lez-Cutre, 2008). Motivasyonun sağlanması ise kısmen temel psikolojik ihtiyaçların tatmini veya tatminsizliğine bağlıdır (Ryan ve Deci, 2017). Buna göre, Hür İrade Kuramı (Self Determination Theory) perspektifinden egzersiz motivasyonu üzerine araştırmalar son yıllarda önemli ölçüde büyümüştür. Özerklik, ilişkili olma ve yeterlilik için temel psikolojik ihtiyaçların tatmininin, bireylere enerji veren ve sağlık ve psikolojik iyi oluşa katkıda bulunan temel bir besin işlevi gördüğü söylenmektedir. Son zamanlarda, ihtiyaçların tatminine karşın eksikliğinin ölçülmesinin ötesinde mevcut ihtiyaçların aktif olarak engellenebileceği de kabul edilmektedir (Chen ve diğ., 2014). Bu nedenle egzersiz yapan bireylerdeki temel psikolojik ihtiyaçların tatmini ve tatminsizliğini belirlemek bu durumun bireylerin davranışlarındaki motivasyonu nasıl etkilediğini anlamak açısından çok önemlidir.

2.1. HÜR İRADE KURAMI

Hür İrade Kuramı adından da anlaşılacağı üzere bireylerin kendi iradeleri ve değer yargıları doğrultusunda kendi kararlarını kendisinin vermesi olarak tanımlanır. Hür İrade Kuramı Türkçe literatürde Öz Belirleme Kuramı olarak da yer almaktadır. Kuram bireylerin egzersiz davranışını sürdürme veya bırakmalarındaki motivasyonun nedenlerini incelemektedir. Hür

İrade Kuramı diğer motivasyon kuramlarından farklı olarak davranışı sürdürmedeki motivasyonun nedenlerine ve niteliğine odaklanmaktadır (Ersöz, 2021). Bunun yanı sıra Hür İrade Kuramı bireylerin davranışını düzenleyen motivasyon türleri arasında içsel ve dışsal olarak bir ayrım yapar. Kuram davranışın başlatılması, sıklığı kalıcılığı ve sürdürülmesinde içsel ve dışsal motivasyonun belirleyici olduğunu varsaymaktadır. İçsel motivasyon bireylerin bir göreve yönelik yaşadığı haz ve doyumdan sağlanırken (örneğin, zevk alma, sosyal bağlılık), dışsal motivasyon ise insanlar aracılığı ile gelen maddi ve manevi motivasyon unsurlarıdır (örneğin, görünüm, sosyal tanınma, alkışlanma) (Sebire, Standage ve Vansteenkiste, 2009).

İçsel motivasyon, içsel tatminleri nedeniyle bir aktiviteyi yapmak olarak tanımlanır ve içsel bir istek veya amacı barındırır. Kişi, içsel olarak motive edildiğinde, zevk duyguları, becerilerinin sergilenmesi, kişisel başarı ve heyecan yaşar (Deci ve Ryan, 1985). İçsel motivasyonun aksine, dışsal motivasyon, araçsal nedenlerle bir aktivite yapmayı veya aktiviteden bir sonuç elde etmeyi ifade eder. Birey somut veya sosyal bir ödül kazanmak veya onaylanmamaktan kaçınmak için bir faaliyette bulunduğunda, dışsal olarak motive olur. Daha açıklayıcı olmak gerekirse dışsal olarak yönetilen ödül ve ceza olasılıklarına uymak için gerçekleştirilen davranışlar olarak tanımlanabilir. Bir maçı kazanarak aileden onay alma veya somut bir nesne olan madalyayı kazanmak için motive olma durumu dışsal motivasyon faktörleridir.

Hür İrade Kuramı, fiziksel aktivite davranışını anlamak ve teşvik etmek için yaygın olarak kullanılan kişilik, motivasyon ve esenliğin teorik bir çerçevesidir (Teixeira, Carraca, Markland, Silva ve Ryan, 2012). Kuram spora katılma, sürdürme ve bırakma davranışını açıklarken insan gelişimini ve sosyal çevreyi de dikkate alarak çok katmanlı bir yapıya dönüşmüş ve kendi içerisinde altı mini kuramı ortaya çıkarmıştır. Bunlar; Bilişsel Değerlendirme, Organizmik Bütünleşme, Nedensellik Yönelimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar, Hedef İçeriği ve İlişki Motivasyonu kuramıdır. Ancak özellikle Hedef İçeriği, Organizmik Bütünleşme ve Temel Psikolojik İhtiyaçlar kuramları fiziksel aktivite araştırmalarında en fazla ilgiyi çekmiştir (Teixeira ve diğ., 2012).

2.1.1. Bilişsel Değerlendirme Teorisi

Bilişsel Değerlendirme Teorisi (Deci ve Ryan, 1985), Hür İrade Kuramı içindeki ilk mini teoriyi temsil eder ve içsel motivasyonla ilgilidir. Bu teori 1970'ler ve 1980'ler boyunca "Birey bir faaliyette bulunurken bunu yapmak için dışsal bir ödül almaya başlarsa, kendi içsel motivasyonuna ne olacak?" sorusuyla ilgili ampirik çalışmayı ve fenomenleri bütünleştirmek

için geliştirilmiştir. Teori bireylerin sosyal çevreden aldıkları geri bildirimler veya ödüller doğrultusunda davranışı sürdürmeye devam edebileceğini ancak bu durumun içsel motivasyon ve performansını da etkileyebileceğini öne sürmektedir (Ryan ve Deci, 2000). Bireyler içsel olarak motive olduklarında, katılımın getirdiği ilgi ve zevk için faaliyetlere özgürce katılırlar ve bu durum kendiliğinden aktif katılım sağlar (Ryan ve Deci, 2017). Ancak ödüller, rekabet, geri bildirim, seçim, ceza, gözetim ve ego katılımı gibi farklı dış olayların müdahalesi bireyin içsel motivasyonunu da etkiler. Birey dışsal faktörlerin etkisine kapılarak içsel motivasyonunu düşürebilir. Daha net bir örnekle açıklamak gerekirse bir futbolcu attığı gol sayısına göre prim alıyorsa prim promosyonu kaldırdığında gol atmak için sergilediği efor azalabilir. Sonuç olarak bu teori, dışsal faktörlerin bireyin içsel motivasyonunu desteklemeye veya engellemeye nasıl hizmet ettiğine dair teorik bir açıklama sağlar (Ryan ve Deci, 2017).

2.1.2. Organizmik Bütünleşme Teorisi

Spor ve daha az ölçüde egzersiz, insanlara büyük miktarda ilgi, keyif ve kişinin becerilerinin test edilmesini sağlasa da sayısız araçsal neden davranışsal katılım için temel sağlar. Bireylerin aktivitelere katılımındaki neden araçsal veya sosyal faktörlere yöneldiğinde (örneğin, onay arama, somut bir ödül veya sonuç elde etme, cezadan kaçınma), dışsal olarak motive olurlar. Hür İrade Kuramı'nın resmi mini teorilerinin ikincisi, Organizmik Bütünleşme Teorisi (Deci ve Ryan, 1985), özerk veya özerk olma dereceleri bakımından farklılık gösteren çeşitli dışsal motivasyon türleri ile ilgilidir. Dışsal motivasyona çok boyutlu bir yaklaşımı benimseyen Organizmik Bütünleşme Teorisi 'nin kapsayıcı amacı, motivasyonu nitelik perspektifinden kavramsallaştırmak, anlamak ve tanımlamak için teorik bir mercek sağlamaktır. Burada, her davranışsal düzenleme türünün kendine özgü belirleyicileri, nitelikleri ve fenomenolojisi vardır ve sırayla insanların deneyimlerini, refahını, işleyişini ve performansını farklı şekilde etkiler (Ryan ve Deci, 2017).

2.1.3. Nedensellik Yönelimleri Teorisi

Hür İrade Kuramı içinde bireysel farklılık yapılarına odaklanan bir diğer mini teori Nedensellik Yönelimleri Teorisi'dir (Deci ve Ryan, 1985; Ryan ve Deci, 2017). Ancak, durum düzeyinde (örneğin, anlık durumsal uyaranlara yönelik deneyimler) veya bağlam düzeyinde (örneğin, spor, egzersiz veya eğitim gibi belirli bağlamlara yönelik motivasyon) faaliyet göstermenin aksine, nedensellik yönelimleri küresel düzeydeki bireysel farklılıkları temsil eder. Gerçekten de nedensellik yönelimleri, bireyin bağlamlar, zamanlar ve durumlar genelinde davranışlarının başlatılması ve düzenlenmesini arama, seçme ve yorumlama ile ilgili tutarlı ve istikrarlı

düşünme modeliyle ilgilidir (Deci ve Ryan, 1985; Ryan ve Deci, 2017). Bu tür yönelimler, aktif, gelişen birey ve bu bireylerin sosyal dünyası arasındaki tekrarlanan etkileşimlerden kaynaklanan gelişimsel sonuçlar olarak kabul edilir. Yani, insanların özerkliği destekleyen, kontrol eden veya motive etmeyen ortamlara önemli ölçüde ve ısrarla maruz kalma derecesi, zaman içinde sırasıyla özerklik yönelimleri, kontrollü yönelimler ve kişisel olmayan yönelimler geliştirme olasılıklarını artırmaktadır (Ryan ve Deci, 2017).

2.1.4. Temel Psikolojik İhtiyaçlar Teorisi

Hür İrade Kuramı çerçevesindeki dördüncü bir mini teori olan Temel Psikolojik İhtiyaçlar Teorisi'nde (Ryan ve Deci, 2000), insanın gelişmesi, bütünlüğü ve refahı için bir dizi temel ihtiyaçların olduğu belirtilir. İnsanların sağlıklı işlevselliği için üç evrensel ve temel psikolojik ihtiyaca sahip olduğu ve bu psikolojik ihtiyaçların özerklik, yeterlik ve ilişkili olma olduğu öne sürülmektedir. Bu psikolojik ihtiyaçlar karşılandığında, insanlar daha entegre ve istemli motivasyon biçimleri ile daha etkili işlevsellik ve artan refah yaşarlar. Bu ihtiyaçlardan herhangi birinin karşılanamamasının, büyüme, bütünlük ve sağlıkta azalma ile kendini gösterdiği varsayılmaktadır (Ryan ve Deci, 2017). Bu ihtiyaçların engellenmesinin kişide daha fazla rahatsızlık, pasif katılım, sınırlı gelişim ve asgari işlevsellik oluşturacağı varsayılır (Ryan ve Deci, 2017). Kuramın en önemli yönü psikolojik ihtiyaçlar ve önerilen çağrışımların evrensel olduğunu varsaymasıdır, yani değer sistemleri aracılığıyla öğrenilmek veya tahakkuk etmek yerine kültür, cinsiyet, gelişim aşamaları ve bağlam gibi konulardan bağımsız olarak işlevsel bir etkiye sahiptirler (Vansteenkiste, Simons, Lens, Sheldon ve Deci, 2004). Değişmez bir süreç olarak temel ihtiyaçların doğruluğuna ve evrenselliğine yönelik ampirik destek birçok çalışma ile desteklenmiştir (Deci, Ryan, Gagne, Leone, Usunov ve Kornazheva, 2001; Ryan, Bernstein ve Brown, 2010; Standage, Duda, ve Ntoumanis, 2005; Deci, Driver, Hotchkiss, Robbins ve Wilson, 1993; Kasser ve Ryan, 1999).

Temel Psikolojik İhtiyaçlar Teorisi çalışmamızın temelinde yer aldığından bu teori ve teoriye yönelik kavramlara ileride daha detaylı olarak değinilecektir.

2.1.5. Hedef İçerik Teorisi

Hür İrade Kuramı içindeki araştırmaların çoğu, insanların bir davranışta bulunma güdülerine odaklanmış olsa da, Hür İrade Kuramı içindeki Hedef İçerik Teorisi olarak adlandırılan beşinci mini teori (Ryan ve Deci, 2017), insanların hedefleriyle ilgilenir. Burada, insanların "neden" harekete geçtikleri ve bireylerin "ne" peşinde koştukları arasında bir ayrım yapılır (Deci ve Ryan, 2000). Hedef İçerik Teorisi'nde "ne" (veya hedefler) ve "neden" (veya güdüleri) için bağımsız etkilerin olduğu ileri sürülmektedir (Deci ve Ryan, 2000). Destekler şekilde günümüze ulaşan araştırmalar, çeşitli esenlik sonuçlarındaki farklılıkları önemli ölçüde tahmin etmek için güdüleri ve hedefleri göstererek böyle bir önermeyi desteklemektedir (Sheldon ve Kasser, 1995).

Teorinin özü bireylerin genel yaşam hedeflerini (veya özlemlerini), kendiliğinden değerli olanın (örneğin, kişisel gelişim, üyelik, topluluk katkısı) peşinde koşmaya odaklandıklarında içsel ve dışsal olarak (yani, finansal başarı, sosyal tanınma ve imaj/çekicilik) kategorize eden Kasser ve Ryan'ın (1993, 1996) çalışmasından oluşmaktadır (Ryan ve Deci, 2017; Ryan, Sheldon, Kasser ve Deci, 1996).

2.1.6. İlişki Motivasyonu Teorisi

Hür İrade Kuramı çerçevesine entegre edilen altıncı ve en yeni mini teori, İlişki Motivasyon Teorisi'dir (Deci ve Ryan, 2014; Ryan ve Deci, 2017). Bu teori ilişkisel yönleri daha çağdaş motivasyon fenomenleriyle bütünleştirmek için çok ihtiyaç duyulan sistematik ve tutarlı bir teorik perspektif sağlar (Standage ve Emm, 2014). İlişki Motivasyonu Teori'sinin kalbinde, ilişki kurma ihtiyacı vardır. Burada ilişkili olma, bireyin başkalarıyla etkileşim kurma konusundaki içsel motivasyonunun temelini oluşturur ve yüksek nitelikli ilişkiler içinde büyüme, dürüstlük ve iyilik için temel sağlar (Ryan ve Deci, 2017). Ancak, yüksek nitelikli ilişkisel bağlar, ilişkisel uyum ve iyilik hali sağlamak için tek başına ilişkinin tatmini için yeterli değildir (Deci ve Ryan, 2014). Teoriye göre, özerklik ve yeterlilik ihtiyaçları da desteklendiğinde ilişki doyumu, bağlanma güvenliği ve iyilik en yüksek nitelikte olacaktır (Ryan ve Deci, 2017). Aynı şekilde, koşullu saygı, soğuk etkileşimler, kontrol, odaklanmış eleştiri ve nesneleştirme gibi ihtiyaçları engelleyen kişilerarası faktörler, psikolojik ihtiyaç engelinin bir fonksiyonu olarak ilişki işlev bozukluğuna ve düşük nitelikte ilişkilere neden olur (Deci ve Ryan, 2014; Ryan ve Deci, 2017). Özetle mevcut teori içindeki ilkeleri bir araya getirerek, en nitelikli ve özgün kişisel ilişkiler için, (1) her bir partnerin diğerinin özerklik, yeterlilik ve ilişki ihtiyaçlarını desteklediği; (2) partnerlerin sosyal temas içinde bulunduğu ve

sosyal temas için özerk olarak motive edildiği ve (3) her iki partner arasında paylaşılan ihtiyaç desteğinde daha büyük bir karşılıklılık derecesi ilkeleri vardır.

Çalışmamızın devamında, araştırmamızın ana konusu olan Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu ve Tatminsizliği detaylı olarak ele alınarak, konuyla ilgili literatürde yer alan çalışmalara yer verilmektedir.

2.2. TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLAR TEORİSİ

Hür İrade Kuramı, özerk motivasyon biçimleri için gerekli olan doyumları ve destekleri anlamak için temel psikolojik ihtiyaçlar kavramını ortaya koymaktadır. Spesifik olarak Hür İrade Kuramı, özerklik, yeterlilik ve ilişkili olma kavramlarının temel psikolojik ihtiyaçlar olduğunu ve bunların hepsinin psikolojik sağlık ve içsel motivasyonun gelişimi için temel ve evrensel besinler olarak kavrandığını savunmaktadır. Bu temel ihtiyaçların tatmin edilmesi, canlılık ve esenlik duygularının artmasıyla sonuçlanmakta ve diğer herhangi bir aktivite gibi, spor yapmak ve egzersiz yapmak da kişinin psikolojik ihtiyaçlarının gerçekleşmesine yardımcı olmaktadır (Wilson, Rogers, Rodgers, Wild, 2006). Örneğin, yeterlik deneyimleri zorlu fiziksel görevlerde başarı veya başarısızlığa göre veya bir fitness profesyonelinden gelen geribildirimin bir işlevi olarak değişkenlik gösterebilmektedir. Başkalarıyla (örneğin, bir fitness sınıfının veya kilo verme programının diğer üyeleri) kişisel bağlantı (ilişkili olma) algıları, kişilerarası ortamın bir işlevi olarak büyük ölçüde değişebilmektedir. Özerklik duyguları, egzersiz ortamlarındaki iletişim tarzlarının bir işlevi olarak farklılık göstermektedir.

Hür İrade Kuramına göre, herhangi bir bağlamda ihtiyaçların karşılanması, o sosyal ortamın özellikleriyle, yani önemli diğerlerinin özerklik ihtiyaçlarını destekleyip desteklemediği (örn. baskıyı en aza indirin), ilişkili olma (örneğin, empatik ve olumlu bir ortam yaratın, koşulsuz saygı gösterin) ve yeterlik (örneğin, olumsuz geri bildirimi sınırlayın, en uygun şekilde zorlu görevler sağlayın) ile doğrudan ilgilidir. Bu nedenle temel psikolojik ihtiyaçların, yaşam boyunca motivasyonun geliştirilmesi ve hayata geçirilmesindeki bireysel farklılıkları büyük ölçüde açıkladığı düşünülmektedir (Deci ve Ryan, 2000).

Özetle Temel Psikolojik İhtiyaçlar Teorisi, tüm insanların özerklik, yeterlilik ve ilişkili olma gibi doğuştan gelen üç temel psikolojik ihtiyacı olduğunu öne sürmekte ve (Deci ve Ryan, 2000) bu psikolojik ihtiyaçların doyumunun, insanın gelişmesi için evrensel olarak gerekli olduğunu belirtmektedir. Sonuç olarak, katılımcıların temel ihtiyaçlarının memnuniyetini

artıran sağlık davranışı değişikliği müdahalelerinin tasarımı, egzersiz ve fiziksel aktivite alanı da dahil olmak üzere Hür İrade Kuramı çalışmalarında büyük ilgi gören bir konudur (Fortier, Sweet, O'Sullivan, Williams, 2007; Silva, Vieira, Coutinho, Minderico, Matos, Sardinha ve Teixeira, 2010).

Özerklik: İnsanların başkaları tarafından kontrol edilmediğini ve seçme özgürlüğüne sahip olduklarını hissettiklerindeki yetkilendirilmelerine dayanır. Bu nedenle, özerklik doyumu, davranışın kendi kendini belirlemesi ve bireyin istek ve arzusuna göre olması sonucunda bir tatmin ve zevk duygusunun eşlik etmesi anlamına gelir (Deci ve Ryan, 2000). Aynı zamanda bireyin seçeneklerinin olması ve bu seçenekler arasından tercih yapabilme özgürlüğünü hissetmesi olarak da tanımlanabilir. Spor ve egzersiz üzerinden düşünürsek bireyin yapmak istediği spor dalını seçmesi veya kendi belirlediği fiziksel aktiviteye katılması özerk davranışa bir örnektir. Özerkliğin doyumu sağlanamadığında kişi kendini zorlanmış ve kontrol edilmiş hisseder (Ersöz, 2021).

Yeterlik: Bireylerin kendilerini verimli ve becerili hissetme ihtiyacını ifade eder. Bireyin seçtiği bir spor dalını veya egzersizi yapabileceğine olan inancı ve kendini bu beceri için yeterli güce sahip hissetmesi olarak tanımlanır. Bu nedenle, yeterlik doyumu, hedeflere ulaşmak için bir etkinlik ve yetenek duygusu olarak görülürken, yaşanan bir hayal kırıklığı bir başarısızlık duygusuna ve kendi yeteneklerinden şüphe duymaya yol açar (Ryan ve Deci, 2017).

İlişkili Olma: Sosyal varlıkların başkalarıyla temas kurmaya ve onlarla iyi bir ilişki içinde olmaya çalıştıkları için doğuştan gelen insan ihtiyaçlarını ifade eder. Dolayısıyla, ilişkili olma doyumu, başkalarıyla olumlu bir şekilde bağlantı kurmayı ve onlara bağlı hissetmeyi ifade eder (Sheldon, Abad ve Hinsch, 2011). Bireyin bağlı bulunduğu spor veya egzersiz ortamına aidiyet hissetmesi ve tatmin edici sosyal ilişkilere sahip olması bu kavramı açıklamaktadır. Bununla birlikte, ilişkili olma doyumu sağlanamadığında hayal kırıklığı, izolasyon, yalnızlık ve sosyal başarısızlık duygularını tanımlar (Ersöz, 2021; Williams, Whipp, Jackson ve Dimmock, 2013)

Özetle, Özerklik, davranış için isteklilik ve kendini onaylama duygularını içerir; Yeterlilik, davranışı üstlenebilmeyi veya zorlukların üstesinden gelmeyi içerir İlişkili Olma, değerli hissetme, yakınlık veya başkaları tarafından önemsenme duygularını ifade eder. Bu ihtiyaçları destekleyen sosyal ortamlar, özerk motivasyonu kolaylaştırabilir (Deci ve Ryan, 2000), bu da daha kalıcı davranışlara yol açar. Egzersizle ilgili araştırmalar bu önermeyi desteklemektedir (Wilson ve Rogers, 2004; Teixeira ve diğ., 2012).

2.3. TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLARIN DOYUMU VE TATMİNSİZLİĞİ

Hür İrade Kuramı doğrultusunda ortaya çıkan Temel Psikolojik İhtiyaçlar teorisi özerklik, yeterlik ve ilişkili olma gibi temel ihtiyaçların ırk, cinsiyet ve kültürel geçmişe bakılmaksızın tüm insanlarda doğuştan geldiğini ve birinin bir davranışa yönelik motivasyonunu nasıl düzenlediğinden sorumlu olduğunu belirtmektedir (Chen ve diğ., 2015; Ryan ve Deci, 2017). Deci ve Ryan'a (2000) göre özerklik doyumu, bireyin çevre ile etkileşimleri sırasında özgürlüğün tadını çıkarırken kendi davranışlarını kontrol etme ihtiyacını ifade eder. Yeterlilik doyumu, etkili hissetmeyi ve yeni becerileri geliştirme ve ustalaşma becerisini içerir (Chen ve diğ., 2015). İlişki doyumu, bir kişinin başkalarıyla duygusal bağlantılar ve duygusal etkileşimler geliştirme ihtiyacından oluşur (Vansteenkiste ve Ryan, 2013). Teoriye göre bu üç temel psikolojik ihtiyacın doyumu ve memnuniyeti, kişinin fiziksel ve psikolojik gelişimine katkıda bulunmaktadır (Deci ve Ryan, 2000).

Öte yandan, bireyler temel psikolojik ihtiyaçlarının doyumunda hayal kırıklığı yaşayabilirler. Bu hayal kırıklığı temel psikolojik ihtiyaçlarda yaşanan tatminsizliğin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Teorinin özünde yer alan üç kavram için inceleyecek olursak; Özerklik tatminsizliği, dışardan veya kendi kendine uygulanan baskılar tarafından kontrol edilme duygularını içerir (Chen ve diğ., 2015). Yetkinlik tatminsizliği, kişinin verimli hareket etme kapasitesinden şüphe duymayı ifade eder (Cordeiro, Paixao, Lens, Lacante ve Luyckx, 2016). İlişkili Olma tatminsizliği, sosyal dışlanma ve yalnızlık duygularıyla ilişkilidir (Bartholomew, Ntoumanis, Ryan ve Thogersen-Ntoumani, 2011). Bireyler temel psikolojik ihtiyaçlarının hüsrana uğradığını algıladıklarında, kendilerini kötü hissetme duygusu yaşarlar ve bu da mevcut davranışı azaltma veya bırakma davranışı olasılığını artırır (Edmunds Ntoumanis ve Duda, 2008).

Farklı ülkelerde yapılan önceki araştırmalar, temel psikolojik ihtiyaçların doyumunun çeşitli yaşam alanlarındaki psikolojik işlevsellik ile ilişkili olduğunu göstermiştir. Bunlar ebeveynlik (Costa, Soenens, Gugliandolo, Cuzzocrea ve Larcan, 2015; Inguglia, Ingoglia, Liga, Lo Coco ve Cricchio, 2015; Inguglia ve diğ., 2016; Liga ve diğ., 2017), din (Costa, Gugliandolo, Barberis ve Larcan, 2016; Miner, Dowson ve Malone, 2013), spor ve egzersiz (Adie, Duda, ve Ntoumanis, 2008; Costa, Coppolino ve Oliva, 2016; Thogersen-Ntoumani, Shepherd, Ntoumanis ve Wagenmakers, 2015; Teixeira ve diğ., 2012), eğitim (Aelterman, Vansteenkiste, Van Keer ve Haerens, 2016) ve iş (Gillet, Fouquereau, Forest, Brunault Colombat, 2012; Ryan, Bernstein ve Brown, 2010) gibi bir çok farklı alana yayılmaktadır. Temel psikolojik ihtiyaçların

doyumu, bireylerin psikolojik gelişimi için çok önemli bir koşul iken, benzer şekilde bu ihtiyaçların tatminsizliğinin de enerji tükenmesine, uyumsuzluğa ve hastalığa yol açması beklenmektedir (Vansteenkiste ve Ryan, 2013). Bazı çalışmalarda, temel psikolojik ihtiyaçların doyumunun insan sağlığı ve refahında; tatminsizliğinin ise hastalıkların artmasında bir belirleyici olduğu görülmektedir (Bartholomew, Ntoumanis, Ryan, Bosch ve Thøgersen-Ntoumani, 2011; Bartholomew, Ntoumanis ve Thøgersen- Ntoumani, 2011; Vansteenkiste ve Ryan, 2013). Bu çalışmalar doğrultusunda birçok araştırmacı farklı alanlarda yaptıkları çalışmalarında, temel ihtiyaçların doyumu ile olumlu sonuçlar arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermiştir (Gunnell, Crocker, Mack, Wilson ve Zumbo, 2014; Leroy, Anseel, Gardner ve Sels, 2015; Olafsen, 2017). Benzer şekilde temel ihityaçların tatminsizliği ile olumsuz sonuçlar arasında da pozitif ilişki görülmüştür (Boone, Vansteenkiste, Soenens, Van der Kaap-Deeder ve Verstuyf, 2014; Felton ve Jowett, 2015; Hein, Koka ve Hagger, 2015; Martinent, Guillet-Descas ve Moiret, 2015).

2.4. TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLARIN DOYUMU VE TATMİNSİZLİĞİ ÖLÇEĞİ'NİN (TPİDTÖ) GELİŞİMSEL SÜRECİ

Yapılan çalışmalarda temel psikolojik ihtiyaçların doyumu ve tatminsizliğinin öneminin giderek daha fazla anlaşılmasıyla, bunların değerlendirilmesi bir sorun haline gelmiştir (Costa ve diğ., 2016). Temel psikolojik ihtiyaçları ölçmek için, Hür İrade Kuramı çerçevesinde birkaç ölçek önerilse de (Sheldon ve Hilpert, 2012; Deci ve diğ., 2001) bu ölçekler yalnızca ihtiyaç doyumunu değerlendirmek için geliştirilmiştir. İhtiyaçların doyumu kadar tatminsizliğinin de önem kazandığı son yıllarda Bartholomew ve arkadaşları (2011), spora özgü olarak katılımcıların spora ilk katılımında temel psikolojik ihtiyaçlara yönelik hayal kırıklığını analiz etmek için Psikolojik İhtiyaç Engelleme Ölçeğini geliştirmiştir. Bu ölçek iyi bir tutarlılık ve yordayıcı geçerlilik gösterdiğinden diğer yazarlar da sıklıkla kullanmıştır (Gunnel ve diğ., 2014).

Chen ve arkadaşları ise (2015), temel psikolojik ihtiyaçların doyumu ve tatminsizliğini doğrudan ölçmek için Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu ve Tatminsizliği Ölçeği'ni (The Basic Psychological Need Satisfaction and Frustration Scale) çeşitli kültürel bağlamlarda geliştirmiştir. Dünya çapında ihtiyaç doyumu ve tatminsizliği kavramlarıyla meşgul olan araştırmalar, popüler bir ölçüm aracı olan Temel Psikolojik İhtiyaç Doyumu ve Tatminsizliği Ölçeği'ni (BPNSFS) kullanmaktadır (Chen ve diğ., 2015). Chen ve arkadaşları (2015), kültürler

arası bir doğrulamada (Birleşik Devletler, Çin, Peru ve Belçika) Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu ve Tatminsizliği Ölçeği'nin altı faktörlü yapısını destekleyen bir model elde etmiştir. İlk olarak 42 madde olarak geliştirilen ölçek yapılan istatistiksel analizler doğrultusunda 24 maddeye düşürülmüştür. Temel Psikolojik İhtiyaç Doyumu ve Tatminsizliği Ölçeği, özerklik doyumu ve tatminsizliği, yeterlilik doyumu ve tatminsizliği ve ilişki doyumu ve tatminsizliği olarak adlandırılan 24 madde ve altı alt ölçekten oluşur; alt ölçeklerin her biri dört maddeden oluşmaktadır. Ölçeğe ilişkin yapılan ilk geçerlilik çalışmaları (Belçika, Çin, Peru ve ABD) psikometrik özellikleri doğrulanmıştır. Doğrulama çalışmaları, altı boyutun güvenilirliğinin dört kültürün her birinde tatmin edici olduğunu göstermiştir. Bu da ihtiyaçların rolünün evrensel olduğunu göstermektedir.

Benzer şekilde, Costa ve ark. (2018) İtalyan katılımcılarla Cordeiro ve arkadaşları (2016) Portekizli üniversite öğrencileri ile, Van der Kaap-Deeder, Vansteenkiste, Soenens, Loeys, Mabbe ve Gargurevich (2015) İngiliz çocuklarla, Nishimura ve Suzuki (2016) Japon üniversite öğrencileri yaptıkları çalışmalarında altı faktörlü modeli elde etmiş ve çalışmalarında ilk modeli desteklemişlerdir. Mevcut çalışmalar, üç ihtiyacın doyumunun ve tatminsizliğinin ayrı ayrı işlev gördüğünü, bu nedenle ilişkili olmalarına rağmen psikometrik olarak ayrıldıklarını ve her birinin benzersiz bir katkı sağladığını vurgulamaktadır (Deci ve Ryan, 2000; Vansteenkiste ve Ryan, 2013).

2.5. TÜKETİCİ DOYUMU VE MEMNUNİYETİ

Tüketici doyumu konusu, son yıllarda pazarlama teorisi ve pratiğinin kalbinde önemli bir yer edinmiştir. Konuyla ilgili yayınlanmış 15.000'den fazla akademik ve ticari makaleyle, çeşitli akademik disiplinlerde hem teorik açıklamalarla (Giese ve Cote, 2000; Yi, 1991) hem de ampirik araştırmalarla (Cadotte, Woodruff ve Jenkins, 1987; Mano ve Oliver, 1993; Oliver, 1980) desteklenmiştir.

Kuruluşlar için, tüketici memnuniyetinin temel öneme sahip olduğu ve potansiyel olarak geniş bir yelpazede faydalar sunduğu literatürde iyi bilinen bir gerçektir. Önceki çalışmalar, memnun bir tüketicinin yeniden satın alma olasılığının daha yüksek olduğunu ve bunun da artan satışlara ve pazar payına yol açtığını ortaya koymuştur (Cronin ve Taylor, 1992). Tüketici memnuniyeti veya doyumu tanımlanırken, tüketicilerin beklenen ürün performansı ile gerçek ürün performansının, tüketim sonrası değerlendirmeleri arasındaki uyumsuzluk seviyesinin sonucu

olarak görülmektedir (Churchill ve Surprenant, 1982). Tüketici doyumunu belirlemede çok sayıda teori ortaya konmuştur. Bunlar; Beklenti-Onaylama Teorisi, Karşılaştırma Düzeyi Teorisi, Eşitlik Teorisi, Yükleme Teorisi, Karşılaştırmalı Standartlar Olarak Normlar ve Değer-Algı Eşitsizliği Teorisi'dir.

2.5.1. Beklenti-Onaylama Teorisi

Tüketici memnuniyetini anlamak için 1970'lerden beri en sık kullanılan teorik yaklaşım, beklenti-onaylamama çerçevesidir. Bu teori, herhangi bir ürünü satın alan bir tüketicinin o ürüne yönelik bir performans beklentisinin olduğunu öne sürer. Teori tüketicinin ürünü satın alma esnasındaki beklentisi ile satın alma sonrası kullanımındaki gerçek performans arasındaki kıyaslamayı dikkate alır (Özer, 1999).

Beklenti-onaylama teorisi üç yapıdan oluşur (Churchill ve Surprenant, 1982): Beklentiler, Ürün Performansı ve Onaylama. Tüketici beklentileri, beklenen ürün performansına atıfta bulunur ve bu atıf iki geniş kategoriden birine girer. Bu kategoriler ideal ürün performansı ve beklenen ürün performansıdır. İdeal ürün performansı, optimum ürün performansıyla ilgilidir; aynı zamanda tüketicilerin performansın gelecekte 'olabileceğine' olan inancını da ifade edebilir (Tse ve Wilton, 1988). Beklenen ürün performansı ise, bir ürünün en olası performansını ifade eder. İki kategoriden ikincisi, tüketici memnuniyeti araştırmalarında en sık kullanılan tüketim öncesi karşılaştırma standardıdır. Son olarak, onaylama kavramı, önceki beklentiler ile gerçek ürün performansı arasındaki farklılıklardan kaynaklanmaktadır (Churchill ve Surprenant, 1982; Oliver, 1997). Örneğin, 1 (zayıf) ila 10 (mükemmel) arasında bir ürün performans ölçeğinde, bir tüketici bir ürünün (örneğin, koşu ayakkabısı) performansını 5 olarak göstermesini bekler. Ancak, koşu ayakkabısını satın alıp kullandıktan sonra tüketici, ürünün performansını değerlendirir ve performansını 10 üzerinden 7 olarak belirler. Bu, tüketicinin beklediğinden daha iyi bir performanstır dolayısıyla, onaylama değeri +2'dir. Olumlu onaylama, ürün performansı beklentileri aştığında meydana gelir ve bu genellikle memnuniyetle sonuçlanır, Negatif onaylama, ürün performansı beklentilerin altında olduğunda meydana gelir. Böyle bir sonuç genellikle tüketici memnuniyetsizliğine yol açar (Oliver, 1997).

2.5.2. Karşılaştırma Düzeyi Teorisi

Bu kuram, tüketicilerin kendi beklentilerinin yanı sıra, benzer amaçla üretilen diğer marka ürünlerin kıyaslamasının yapılması ve diğer tüketici görüşlerinin de etkileşim sağladığı görüşüne dayanmaktadır. LaTour ve Peat (1979), kişisel deneyimlerin ve diğer tüketicilerin

deneyimleri hakkında ilgili bilgilerin varlığında, üretici kaynaklı bilgilere daha az dikkat edebileceğine dikkat çekmiştir. Bu amaçla, LaTour ve Peat, Thibaut ve Kelly'nin (1959) karşılaştırma düzeyi teorisi aracılığıyla tüketim sonrası memnuniyeti kavramsallaştırmaya çalışmışlardır. Karşılaştırma düzeyi teorisine göre, ürün performansıyla ilgili tüketici memnuniyeti, sonuç ile tanımlanmış bir karşılaştırma standardı arasındaki tutarsızlık tarafından belirlenir. Karşılaştırma seviyesinin üzerindeki sonuçlar (olumlu tutarsızlıklar) memnuniyeti yansıtırken, karşılaştırma seviyesinin altındaki sonuçlar (olumsuz farklılıklar) memnuniyetsizliği yansıtır. Bu teorinin temel fikri, karşılaştırma seviyesinin "kişinin yaşadığı veya farkında olduğu aynı veya benzer etkileşimler içinde göze çarpan sonuçların ortalaması" tarafından belirlendiğidir (LaTour ve Peat, 1979, s. 434). Karşılaştırma düzeyinin üç belirleyicisi vardır. Bunlar: 1) Tüketicinin doğrudan deneyimlediği sonuçlar, 2) Benzer ürünlerle diğer tüketicilerin deneyimlediği sonuçlar ve 3) Üretici veya hizmet sağlayıcı tarafından vaat edilen sonuçlardır.

2.5.3. Eşitlik Teorisi

Karşılaştırma Düzeyi ve Beklenti-Onaylama teorisinden farklı olarak Eşitlik teorisi sosyal bilimlerden etkilenmiştir (Özer, 1999). Eşitlik teorisine göre, tüketiciler çıktı/girdi oranlarını adil olarak algıladıklarında memnuniyet oluşur (Swan ve Oliver, 1989). Eşitlik Teorisi Adams tarafından 1963 yılında türetilmiştir ve bu teori memnuniyette kilit bir rol oynayan girdi-çıktı dengesine dayanmaktadır (Oliver ve Swan, 1989). Bu teoriye göre tüketicinin üründen beklentilerinin oluşmasında ve performans değerlendirmesinde ürün için harcadığı zaman, para, çaba ve deneyim gibi farklı özellikler belirleyicidir. Bu belirleyici özelliklerin karşılığı olarak tüketici ürüne yönelik bir performans beklentisine girer. Bu performans beklentisi ve tatmin durumu ürün için harcanan girdiler (Çaba, zaman, para, deneyim vb.) ile doğrudan ilgilidir. Bu teoriye göre, bir değiş tokuşun tarafları, eğer akıllarında çıktılarının girdilere oranı adil ise, adil davranıldığını (dolayısıyla memnun olduğunu) hissedeceklerdir (Oliver ve DeSarbo, 1988). Bunun yanı sıra tüketicinin beklentisi ve ürün performansı, ürünü kullanan diğer tüketiciler, ürünü sunan satıcının niteliği ile diğer satıcılar ve benzer ürünleri alan diğer tüketicilerin görüşleri ile de benzer olmalıdır. Beklenti-onaylamama paradigmasından farklı olarak, bu teorik yaklaşım, yalnızca tüketicinin sonucunu düşünmek yerine, her iki değişim ortağının sonuçlarını da dikkate alır. Örneğin, tüketici girdileri zaman, para ve alışveriş çabası gibi faktörleri içerirken, tüketici sonuçları ürün performansını, marka itibarını ve satış görevlileri veya ticari firmalar tarafından sağlanan hizmetlerin kalitesini de içerir. Tüketicilerin aksine,

satış elemanı veya işletme firması girdileri bilgi ve ürün değerlendirme faktörlerini içerirken, işletme çıktıları komisyon faydalarını ve tüketici tavsiyelerini içerir (Swan ve Oliver, 1989).

2.5.4. Yükleme Teorisi

Yükleme kuramına göre (Weiner, 1992), bireyler başarısızlık ve başarıyı olumlu bir benlik imajını sürdürmelerini sağlayacak şekilde yorumlayacaklardır. Bu modele göre tüketiciler, memnuniyetsizlik gibi bir satın alma sonucunun neden oluştuğunu açıklamak için nedenler arayan rasyonel bilgi işlemcileri olarak kabul edilir (Folkes, 1984). Bu model, bir hizmetin sunumunun tüketicilerin önceki beklentileri veya diğer standartlarla eşleşmemesi durumunda, tüketicilerin ne olduğunu anlamak için yıpratma sürecine girdiğini savunur (Bitner, 1990). Daha spesifik olarak, bu model, tüketicilerin ürün başarıları veya başarısızlıkları için nedenler arama eğiliminde olduğunu ve genellikle bu başarıları veya başarısızlık nedenlerini üç ayırt edici özellik ile ilişkilendirdiğini varsayar: 1) Dahili veya harici, 2) İstikrarlı veya istikrarsız ve 3) Kontrol edilebilir veya kontrol edilemez.

Nedensellik Odağı (İç veya dış): Satın alma sonucunun memnuniyetsizliğin nedeni olduğu ve tüketiciye (iç) veya pazarlamacıya veya çevredeki veya durumdaki (dışsal) bir şeye atfedilebileceği anlamına gelir (Kinisa, 2019).

Kararlılık (Kararlı/kalıcı veya kararsız/geçici): Kararlı nedenlerin zamanla değişmediği, kararsız nedenlerin ise zaman içinde dalgalandığı ve değiştiği düşünülür. Bazı koşullar altında, örneğin bazı tüketicilerin memnuniyetsizliklerinin nedeni konusunda hemfikir oldukları, aynı işletmenin hatalarını defalarca tekrarladığı (tutarlılık) ve sadece bu işletmenin hata yaptığı ileri sürülmektedir. Davranışın ayırt ediciliği yüksektir ve dışsal yükleme süreci gerçekleşir. Öte yandan, anlaşma düşük, tutarlılık düşük ve ayırt edicilik düşük olduğunda, tüketicilerin olumsuz tepkilerini (memnuniyetsizliğini) kendileri ile ilişkilendirdikleri varsayılır (Pearce, 1991).

Kontrol Odağı (Kontrol edilebilir veya kontrol edilemez): İrade ile ilgilidir; bu, başarısızlığın veya başarının nedeninin kontrol edilebilir (seçim söz konusudur) veya kontrol edilemez (kısıtlamalar bir ürün sonucunu zorlar) olup olmadığını açıklar (Kim, Magnusen ve Kim, 2014).

2.5.5. Karşılaştırmalı Standartlar Olarak Normlar ve Değer-Algı Eşitsizliği Teorisi

Beklenti-onaylamama paradigması altında, beklentiler, odak marka ile tüketicilerin deneyimlerine dayanmaktadır. Ancak, Cadotte, Woodruff ve Jenkins (1987), deneyim tabanını diğer markaları da kapsayacak şekilde genişletmiştir.

Başka bir deyişle, tüketicilerin deneyimleri odak markaya izole edilemez; bunun yerine, bu deneyimler bir marka birimini, aynı markanın diğer birimlerini, diğer benzer markaları veya aynı ihtiyaç için rekabet eden tüm bir ürün koleksiyonunu içerebilir. Örneğin, bir tüketici bir çift X marka koşu ayakkabısı satın aldıysa, beklenti-onaylamama çerçevesi, tüketicinin beklentisinin aynı ürünle önceki tüketim deneyimlerinden oluşturulduğunu varsayacaktır. Buna karşılık, deneyime dayalı norm çerçevesiyle, tüketici beklentilerinin, tüketici tarafından satın alınan tüm koşu ayakkabılarıyla önceki tüketim deneyimlerinin kümülatif toplamından oluşturulduğu varsayılacaktır. Bu tür önceki satın alımlar Y, Z ve V markalarını içerebilir. Böylece, tüketicinin X koşu ayakkabısı satın almadan önceki beklentileri, tüketici tarafından satın alınan ve kullanılan önceki tüm koşu ayakkabısı markalarının ortalama performansına bağlı olacaktır (Kim, Magnusen ve Kim, 2014).

2.5.6. Değer-Algı Eşitsizliği Teorisi

Değer algısı eşitsizliği modeli (Westbrook ve Reilly, 1983), norm temelli teorinin özel bir türü olarak kabul edilir. Westbrook ve Reilly (1983), Beklenti-Onaylama teorisinin müşteri memnuniyetini açıklamak için en uygun model olmayabileceğini iddia etmişlerdir. Buna alternatif olarak Locke (1967) tarafından formüle edilen Değer-Algı Farklılığı teorisi ortaya çıkmıştır (Kinisa, 2019). Bu teorik bakış açısı, tüketici memnuniyetinin, satın alınan nesne algısının tüketicinin değerleri, ihtiyaçları, istekleri veya arzularıyla karşılaştırıldığı ve bu doğrultuda bilişsel-değerlendirici bir süreç tarafından üretilen duygusal bir tepki olduğunu varsayılmaktadır. Beklenti-onaylama çerçevesindeki beklentiler, gelecekte ne olacağına dair inançları gösterse de bir üründen beklenenler, o üründe istenen veya arzu edilenlerle örtüşmeyebilir (Spreng, Mackenzie ve Olshavsky, 1996). Esasen, ürün algıları ve değerler arasındaki eşitsizlik ne kadar büyükse, bu teorinin öngördüğü memnuniyetsizlik de o kadar büyük olur. Tersine, değer-algı farkı ne kadar küçükse, memnuniyet o kadar büyük olur (Yi, 1991). Ayrıca, tüketici memnuniyeti sonuçları, ürün performansının belirli bir değerlendirme standardı ile karşılaştırılmasından kaynaklanmaz. Bunun yerine, göz önünde bulundurulması gereken tek şey tüketicilerin anlık arzuları ve ihtiyaçlarıdır (Westbrook ve Reilly, 1983).

Şimdiye kadar tüketici doyumu ve memnuniyeti ile ilgili kavramsal, tanımsal ve teorik konular genel olarak gözden geçirilmiştir. Araştırmamız spesifik spor tüketicisi ve spor ürünlerinin tüketimi ile genişletilmiştir. Spora özgü tanımlamalar ve çalışmalar aşağıda detaylı olarak ele alınmıştır.

2.6. SPOR TÜKETİCİSİ

Literatürde spor tüketim davranışı, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için sporla ilgili ürün ve hizmetleri seçmeleri, satın almaları, kullanmaları ve bunlara sahip olmalarını içeren bir süreç olarak ifade edilmektedir (Funk, 2008). Spor uygulamalarıyla ilgili tüketici davranışları, spor endüstrisinde önemli bir ekonomik etkiyi temsil etmektedir (Casper, 2007). Fischer (2008), spora katılımın kazançlı ve oldukça etkili bir endüstri haline geldiğini belirtmektedir. Sonuç olarak spor pazarlaması araştırmacıları, spor organizasyonlarının çekiciliğini artırmak için ciddi bir çalışma yapmışlardır (Dwyer ve Drayer, 2010). Pitts ve Stotlan'a (2002) göre katılımcının tüketim davranışı, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayacağına inandıkları spor aktivitelerini ararken, katılırken ve değerlendirirken gerçekleştirilen bir eylem olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte, spor tüketicileri karışık bir tutum ve davranış düzeni gösterdiğinden, tüketici davranışını incelemek her zaman karmaşıktır (Meir, 2000; Redden ve Steiner, 2000; Shank, 2004; Westerbeek ve Smith, 2003). Bazıları oyunlara düzenli olarak katılırken, diğerleri sadece ara sıra katılır. Zamanının çoğunu spor sitelerinde ve interneti keşfederek geçiren tüketiciler varken, ücretli spor kanallarını izleyenler de vardır. Kimi spor dergilerini okur, kimi radyodan spor dinler. Bazıları profesyonel sporları, bazıları ise amatör sporları, fitness veya açık hava aktivitelerini seçer. Spor malzemelerinin edinilmesinde olduğu gibi spora katılma sıklıkları da farklıdır (Fernandes, Correia, Abreu ve Biscaia, 2013).

Spor bağlamında incelendiğinde, sporda tüketici doyumu araştırmaları üç sınıflandırmadan birine girmektedir: a) Spor memnuniyeti (Caro ve García, 2007; Madrigal, 1995; Trail, Anderson ve Fink, 2005), b) Hizmet memnuniyeti (Greenwell, Fink , ve Pastore, 2002; Tsuji, Bennett ve Zhang, 2007) ve c) Spor ve Hizmet tatmin kombinasyonu (Yoshida ve James, 2010). Spor memnuniyetini inceleyen araştırmalar, beklenti onaylamama, takım performansı, memnuniyet ve davranışsal niyetlerin önemli yordayıcıları olarak ve ayrıca sporun temel bir sonucu olarak tüketici sadakati ile tanımlamıştır (Caro ve García, 2007; Magnusen ve Kim, 2010; Matsuoka, Chelladurai ve Harada, 2003). Daha sonra, tüketici memnuniyetini yalnızca hizmet memnuniyeti açısından inceleyen araştırmalar, fiziksel tesis unsurları, hizmet personeli

ve kazan/kaybet olgusu gibi faktörlerin hizmet memnuniyetini nasıl etkilediğine odaklanmıştır (Kim ve Trail, 2011). Örneğin, Van Leeuwen, Quick ve Daniel, (2002), hizmet personelinin ve fiziksel tesisin algılarının, tüketicilerin temel spor ürününe ilişkin algılarının üzerinde ve üzerinde tüketici memnuniyetine katkıda bulunduğunu bildirmiştir.

2.6.1. Spor Seyircisi

Pitts ve Stotlan'a (2002) göre seyirciler, etkinliklere katılmaktan fayda sağlayan tüketicilerdir. Spor izleyicileri spor olayını iki şekilde gözlemlerler: etkinliğe katılırlar ya da çeşitli spor yayın araçlarından biri aracılığıyla onu deneyimlerler. Spor tüketiminin ilginç özelliklerinden biri televizyon, radyo ve internet gibi medya aracılığıyla deneyimlenebilmesidir (Dwyer ve Drayer, 2010). Spor pazarlamacıları, çeşitli yayın ortamlarında izleyiciyi artırmak için de çalışmaktadırlar. Buna dergiler, televizyon kanalları, birinci sınıf kablo ve uydu ağları dahildir (Dwyer ve Drayer, 2010). Ayrıca spor haberlerinin yer aldığı ve sitelere erişim için abonelik ücreti talep eden sitelerin sayısında da artış yaşanmıştır. Sosyal ağlarda yer alan farklı uygulamaların da oluşturulmasıyla, spor tutkunları on yıl öncesine göre inanılmaz bir düzeyde spor ürünleriyle aktif olarak etkileşim kurma yeteneği kazanmıştır.

2.6.2. Spor Ürünleri

Spor ürünleri, spor endüstrisinde üretilen, dağıtılan ve pazarlanan somut ürünleri temsil eder. Spor pazarlamacıları, ürünlerini bu ürünlerin tüketicilere sunduğu faydalara göre satarlar (Pitts ve Stotlan, 2002). Bu nedenle, belirli bir pazar için hangi ürünlerin önemli olduğunu anlamak ve bu ihtiyaçları karşılayan bir strateji geliştirmek gerekir (Casper ve Stellino, 2007). Spor ayakkabıları önceden yalnızca amaca yönelik veya markaya yönelik tercih edilirken günümüzde sporculara özel tasarlanan veya sporcu imzası taşıyan ürünler ortaya çıkmıştır. Pazarlama stratejisi olarak ortaya çıkan bu durum bireylerin hayranlık duyduğu, değer verdiği veya model aldığı sporculara özel tasarımları veya imzasının yer aldığı ürünleri satın almak için talep oluşmasını sağlamıştır (Fernandes ve diğ., 2013). Benzer şekilde bazı etkinliklere özel tasarımlar da yapılarak tüketicilere sunulmuştur. Örneğin bir sporcu veya spor seyircisi olimpiyatlar için özel üretilen veya simgesini taşıyan ürünleri satın almak isteyebilir.

Aynı şekilde spor giyim de hem katılımcı hem de seyirci için tercih edilen spor ürünlerinden biridir. Bir aktiviteye katılmak veya bir aktivitede seyirci olarak yer alırken tüketiciye ifade ettiği değer için satın alınabilir. Diğer yandan spor giyimin belirli pazar segmentlerinde moda algısının bulunması da tüketim tercihleri arasında yer almasında önemli rol oyanayabilir.

Son olarak, antrenman destek materyali, spor performansının kalitesini etkileyen bir ürün olarak kabul edilir (Pitts ve Stotlan, 2002). Casper ve Stellino (2007) bu ürünlerden bazılarını incelemiş ve kendini yüksek düzeyde adamış tenisçilerin tenis ekipmanlarına daha fazla para harcama olasılığının yüksek olduğunu bulmuşlardır.

Özetle, spor tüketicileri sporu farklı şekillerde deneyimlemektedirler. Spor tüketicilerini ve aralarındaki farkları daha iyi anlamak için spor tüketim davranışını sistematize etmek önemlidir (Stewart, Aaron, Smith ve Nicholson, 2003).

Yukarıda da belirtildiği üzere mevcut araştırmalar tüketici memnuniyeti veya doyumu ile spor ürünleri veya tüketimi arasındaki ilişkiyi desteklemektedir. Bu ilişki tüketicinin memnun olması veya doyum sağlaması ile orantılıyken bu memnuniyetin temel psikolojik ihtiyaçlar açısından değerlendirilmesi ve tüketim üzerindeki etkisinin incelenmesi araştırmamızın temel amacıdır. Araştırmamızda üç tür tüketime odaklanılmıştır: Katılım sıklığı, medya tüketimi ve spor malzemeleri tüketimi.

3. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma modeli, hipotezleri, evren ve örneklem sayıları, araştırmanın varsayımları, araştırmanın kapsam ve sınırlılıkları, araştırmanın veri toplama araçları ve verilerin istatistiksel analizleri yer almaktadır.

3.1. ARAŞTIRMA MODELİ

Çalışma tanımlayıcı bir araştırmadır. Araştırmanın ilk bölümünde bireylerin temel psikolojik ihtiyaçlarının doyum ve tatminsizlik düzeylerinin belirli bir bağlamda değerlendirilebilmesi için dizayn edilmiş Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu ve Tatminsizliği Ölçeği'nin Türk toplumunda ve sportif bağlamda ölçüm yapabileceği şekilde başarılı bir biçimde uyarlanması amaçlanmaktadır. İkinci bölümde ise ilgili enstrümanın geçerli ve güvenilir olduğu ortaya konduğu takdirde Türk örnekleminde spor tüketimi ile ilişkisinin ortaya konması amaçlanmıştır.

3.2. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ

Bilimsel anlamda hipotez; araştırmanın problemini ölçme ve deneme ile açıklayabilecek, araştırmanın muhtemel çıktısı olarak tanımlanmaktadır (Sarantakos, 1993).

Buradan yola çıkarak çalışmanın amacı doğrultusunda kurulmuş hipotezler aşağıdaki gibidir:

H1: Türk popülasyonu için Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu ve Tatminsizliği Ölçeği'nin altı faktörlü yapısı geçerli ve güvenilirdir.

H2: Spora/fiziksel aktivitelere katılım sıklıkları ile bireylerin temel psikolojik ihtiyaçlarının doyum ve tatminsizlik düzeyleri arasında anlamlı ilişki vardır.

H3: Sporu seyretme sıklıkları ile bireylerin temel psikolojik ihtiyaçlarının doyum ve tatminsizlik düzeyleri arasında anlamlı ilişki vardır.

H4: Yaşa göre bireylerin temel psikolojik ihtiyaçlarının doyum ve tatminsizlik düzeyleri arasında anlamlı farklılık vardır.

H5: Ortalama gelire göre bireylerin temel psikolojik ihtiyaçlarının doyum ve tatminsizlik düzeyleri arasında anlamlı farklılık vardır.

H6: Cinsiyete göre bireylerin spor tüketim düzeyleri arasında anlamlı farklılık vardır.

H7: Spora/fiziksel aktivitelere katılım sıklıkları ile bireylerin spor tüketim düzeyleri arasında anlamlı ilişki vardır.

H8: Sporu seyretme sıklıkları ile bireylerin spor tüketim düzeyleri arasında anlamlı ilişki vardır.

H9: Yaşa göre bireylerin spor tüketim düzeyleri arasında anlamlı farklılık vardır.

H10: Ortalama gelire göre bireylerin spor tüketim düzeyleri arasında anlamlı farklılık vardır.

H11: Bireylerin spor tüketim düzeyleri ile temel psikolojik ihtiyaçlarının doyum ve tatminsizlik düzeyleri arasında bir ilişki vardır.

3.3. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evrenini Türkiye'de sportif aktivitelere etkin veya pasif olarak katılan 18 yaş üstü bireyler oluşturmaktadır. Birinci aşama için araştırmanın örneklemini kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiş olan, Türkiye'nin çeşitli illerinde ikamet eden ve sportif aktivitelere katılan, çalışmaya gönüllü olarak katılmış 192'si kadın ($\bar{X}$yaş=30.64±10.02), 200'ü erkek ($\bar{X}$yaş=32.01±11.04) olmak üzere toplam 392 kişi ($\bar{X}$yaş=31.34±10.56) oluşturmaktadır. İkinci aşama için ise örneklem yine çalışmaya gönüllü olarak katılmış, Türkiye'nin çeşitli illerinde yaşayan ve sportif aktivitelere etkin ya da pasif olarak katılan 163'ü kadın ($\bar{X}$yaş=31.58±10.05), 167'si erkek ($\bar{X}$yaş=32.80±11.75) olmak üzere toplam 330 kişiden ($\bar{X}$yaş=32.20±10.94) oluşmaktadır.

3.4. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

- Araştırma yönteminin çalışmanın amacına uygun olduğu kabul edilmektedir.
- Araştırmada seçilen örneklem grubunun evreni temsil ettiği kabul edilmektedir.
- Çalışmada kullanılan ölçme araçlarının geçerli ve güvenilir olduğu kabul edilmektedir.

 Araştırmacının, çalışmada kullanılan veri toplama araçlarının sonuçlarını objektif olarak değerlendirdiği kabul edilmektedir.

 Katılımcıların veri toplama araçlarına verdikleri yanıtların araştırmanın ciddiyeti dahilinde samimi bir şekilde yanıtladığı varsayılmaktadır.

3.5. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLILIKLARI

 Araştırmada yer alan katılımcılar Türkiye'nin çeşitli illerinde ikamet eden ve aktif veya pasif olarak sportif etkinliklere katılan bireylerden oluşmaktadır.

 Araştırmadaki veriler katılımcıların "Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu ve Tatminsizliği Ölçeği", ile "Spor Tüketimi Ölçeği" ve kişisel bilgi formunda belirtilen maddelere verdikleri yanıtlarla sınırlıdır.

 Araştırma, alanyazın taraması sonucu ulaşılan bilgiler ve konu ile ilgili araştırmacı tarafından erişilebilen kaynaklarla sınırlıdır.

3.6. ARAŞTIRMANIN VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Araştırma için faydalanılan veri toplama araçları üç kısımdan oluşmaktadır.

3.6.1. Kişisel Bilgi Formu

Bu bölümde araştırmacı tarafından hazırlanan ve bireylerin sportif aktivitelere seyirci olarak katılım sıklığı, sportif aktivitelere/egzersizlere aktif olarak katılım sıklıkları, aylık maddi gelirleri, ilgi duydukları spor branşları, cinsiyet ve yaşlarına ilişkin bilgileri elde etmek amacıyla toplamda 6 sorudan oluşan kişisel bilgi formu kullanılmıştır.

3.6.2. Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu ve Tatminsizliği Ölçeği (TPİDTÖ)

Bu bölümde bireylerin temel psikolojik ihtiyaçlarının doyum ve tatminsizlik seviyelerini ölçmek için, Chen ve ark. (2015) tarafından geliştirilen, "Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu ve Tatminsizliği Ölçeği" (BPNSFS) kullanılmıştır. 24 madde ve 6 alt boyuttan oluşan ölçeğin alt boyutları sırasıyla; (1) Özerklik Doyumu, (2) İlişkili Olma Doyumu, (3) Yeterlik Doyumu, (4) Özerklik Tatminsizliği, (5) İlişkili Olma Tatminsizliği ve (6) Yeterlik Tatminsizliği şeklindedir. Chen ve ark. (2015) tarafından yapılan çalışma sonucunda ölçeğin her alt boyut için iç tutarlılık kat sayısı (Cronbach'ın alfası) sırasıyla ortalama 0.81 (özerklik), 0.81 (ilişkili

Olma) ve 0.84 (yeterlik) olarak bulunmuştur. Yargıların 5 basamak üzerinden puanlandırıldığı Likert tipindeki ölçek 1-Kesinlikle katılmıyorum ve 5-Tamamen katılıyorum şeklinde cevaplandırılmaktadır. Ölçeğin Özerklik Tatminsizliği, İlişkili Olma Tatminsizliği ve Yeterlik Tatminsizliği alt boyutları, çalışmanın amacına paralel olarak ters kodlanmıştır. TPİDTÖ, Mouratidis ve ark. Tarafından (2018) Türk popülasyona eğitim bilimleri alanında uyarlanmıştır.

3.6.3. Spor Tüketimi Ölçeği (STÖ)

Bu bölümde katılımcıların spor tüketim oranlarını belirleyebilmek amacıyla Erdeveciler, Balcı ve Elmas (2019) tarafından geliştirilen "Spor Tüketim Ölçeği" kullanılmıştır. 13 madde ve 3 alt boyuttan oluşan ölçeğin alt boyutları; (1) Medya Tüketimi, (2) Sportif Ürün Tüketimi, ve (3) Etkinlik Tüketimi şeklindedir. Karataş Yücel (2020) Erdeveciler, Balcı ve Elmas (2019) tarafından yapılan çalışma sonucunda ölçek alt boyutlarının iç tutarlılık kat sayıları (Cronbach'ın alfası) sırasıyla Medya Tüketimi için 0.79, Sportif Ürün Tüketimi için 0.74 ve Etkinlik Tüketimi için 0.83 olarak hesaplanmıştır. Yargıların 5 basamak üzerinden puanlandırıldığı Likert tipindeki ölçek 1-Kesinlikle katılmıyorum ve 5-Kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırılmaktadır. Ölçeği alt boyutlarına ilişkin maddeler sırasıyla Medya Tüketimi alt boyutu için 1-4. maddeler, Sportif Ürün Tüketimi için 5-8. maddeler, Etkinlik Tüketimi için 9-13. maddeler'dir.

3.7. VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Çalışmanın örneklemi olasılık temelli olmayan örnekleme yöntemlerinden uygun örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. İlgili anketler ve formlar katılımcılara elektronik ortamda veya elden ulaştırılmıştır. Veri setindeki kategorik değişkenlerin kategorilerinin doğruluğu kontrol edilmiştir. Sayısal değişkenlerin en alt ve en üst değerleri beklenen aralıklardadır. Kayıp bir gözlem bulunmamıştır. Verilerin normal dağılım sağlayıp sağlamadığını belirlemek için aritmetik ortalama, mod, medyan, çarpıklık ve basıklık katsayıları gibi çeşitli tanımlayıcı istatistikler yapılmıştır. Sayısal değişkenlerdeki aykırı değerler kontrol edilmiş, ilgili aykırı değerlerde hatalı bir veri girişi tespit edilmemiştir. Verilerin değerlendirilmesinde SPSS 24.0 paket programı ve LISREL 8.80 kullanılmıştır. Katılımcıların kişisel bilgilerine yönelik dağılımlarını belirmek için yüzde ve frekans yönteminden faydalanılmıştır. Çalışmanın ilk aşamasında sayısal veriler için hesaplanan çarpıklık (min. -1.599; maks. -0.304) ve basıklık (min. -1.302; maks. 1.993) değerlerinin parametrik sınamaların uygulanması için yeterli olduğu görülmüştür (George & Mallery, 2010). Çalışmanın ilk aşamasında, yapı geçerliliğinin

sınanması için birinci düzey DFA; ölçek geçerliliğinin belirlenebilmesi için Cronbach'ın alfa güvenilirlik katsayısı kullanılmıştır. Araştırmanın ikinci aşamasında sayısal veriler için hesaplanan çarpıklık (min. -1.645; maks. 0.499) ve basıklık (min. -1.409; maks. 1.856) değerlerinin parametrik sınamaların uygulanması için yeterli olduğu görülmüştür (George & Mallery, 2010). Katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin kategorik değişkenler arasındaki farklılıkların sınanması için MANOVA testleri ile birlikte ölçek puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek için Pearson korelasyon analizleri kullanılmıştır. Ayrıca gruplar arasındaki farklılıkların detaylı olarak irdelenebilmesi için ise Tukey testinden faydalanılmıştır. Son olarak, ölçeklerin güvenilirliklerinin tespit edilebilmesi için Cronbach'ın alfa iç tutarlılık katsayıları hesaplanmıştır.

4. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde, ilk aşamada katılımcıların demograif özellikleri ve doğrulayıcı faktör analizine yönelik bulgular; ikinci aşamada katılımcıların demografik özellikleri başta olmak üzere "TPİDTÖ" ve "STÖ" puanlarına ilişkin yapılan analiz sonuçlarına yönelik tablo ve açıklamalara yer verilmiştir.

4.1. BİRİNCİ AŞAMADA KATILIMCILARIN DEMOGRAFIK ÖZELLİKLERİNE GÖRE DAĞILIMLARI

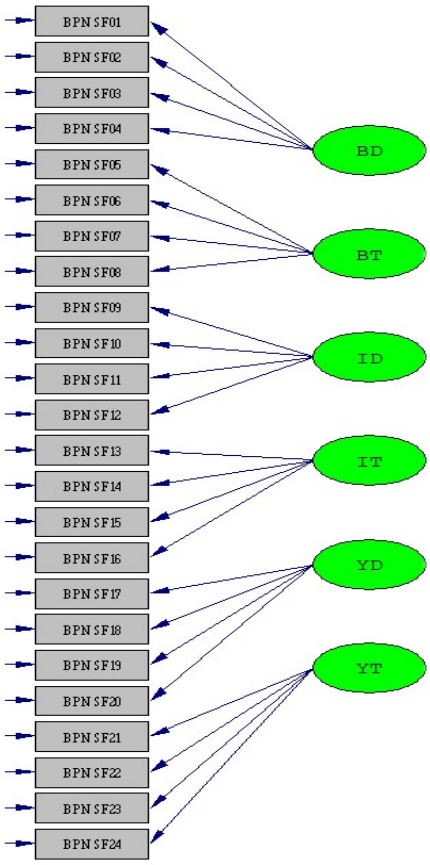
Tablo 4.1: Katılımcıların Kişisel Bilgilerine Göre Dağılımları

Değişkenler		F	%
Cinsiyet	**Erkek**	200	51.0
	Kadın	192	49.0
	Toplam	**392**	**100**
Yaş	**18-24**	149	38.0
	25-35	121	30.9
	36 ve üzeri	122	31.1
	Toplam	**392**	**100**

Tablo 4.1'de çalışmanın birinci aşamasına katılan bireylerin kişisel bilgilerine göre dağılımları yer almaktadır. Bu sonuçlara göre çalışmaya katılanların %51'i "Erkek", %49'u "Kadın"; %38'i "18-24" yaş aralığında, %30.9'u "25-35" yaş aralığında ve %31.1'i "36 ve üzeri" yaş aralığındadır.

4.2. TPİDTÖ'NE İLİŞKİN DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

Gözlemlenen değişkenleri etkileyebilecek daha az sayıda gözlemlenmemiş değişkenlere (faktörlere) ilişkin analiz modellerinde, bir parametrenin sabit tutularak kalan serbest parametrelerin maksimum olasılık yöntemiyle tahmin edildiği genel geçer analiz yöntemi, doğrulayıcı faktör analizi olarak tanımlanmaktadır (Jöreskog, 1969). Çalışmada 24 madde ve 6 faktörden oluştuğu öngörülen Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu ve Tatminsizliği Ölçeği (Chen ve ark., 2015) temel alınarak oluşturulan model (Şekil 1) LISREL 8.80 programı kullanılarak test edilmiştir.



Şekil 4.1: TPİDTÖ'nin altı faktörlü ölçme modeline ilişkin diyagram

ÖD: *Özerklik Doyumu,* ***ÖT:*** *Özerklik Tatminsizliği,* ***ID****: İlişkili Olma Doyumu,* ***IT****: İlişkili Olma Tatminsizliği,* ***YD****: Yeterlik Doyumu,* ***YT****: Yeterlik Tatminsizliği,* ***BPNSF01-24:*** *TPİDTÖ'ne ilişkin maddeler*

Tablo 4.2: TPİDTÖ'ne İlişkin Parametre Tahminleri

Alt Boyutlar ve İlgili Maddeler		Lambda-x	R^2	T
Özerklik Doyumu	**1**	0.74	0.54	15.30
	2	0.79	0.62	16.72
	3	0.59	0.35	11.60
	4	0.73	0.53	15.08
Özerklik Tatminsizliği	**5**	0.81	0.66	18.29
	6	0.84	0.70	19.15
	7	0.71	0.51	15.26
	8	0.73	0.53	15.79
İlişkili Olma Doyumu	**9**	0.79	0.62	17.32
	10	0.77	0.59	16.83
	11	0.80	0.64	17.66
	12	0.72	0.52	15.39

Tablo 4.2 (devam): TPİDTÖ'ne İlişkin Parametre Tahminleri

İlişkili Olma Tatminsizliği	**13**	0.75	0.56	15.84
	14	0.80	0.64	17.21
	15	0.73	0.54	15.38
	16	0.63	0.40	12.74
Yeterlik Doyumu	**17**	0.81	0.65	18.95
	18	0.91	0.83	22.89
	19	0.78	0.61	18.02
	20	0.88	0.77	21.52
Yeterlik Tatminsizliği	**21**	0.57	0.32	11.52
	22	0.79	0.62	17.58
	23	0.87	0.75	20.14
	24	0.81	0.65	18.23

Tablo 4.2'de TPİDTÖ'ne ilişkin altı faktörlü ölçme modelinin R2, Lambda-x ve T değerlerinin yer aldığı standardize edilmiş parametre tahminleri yer almaktadır. Ölçek maddelerinin her birinin ilgili faktörle açıklanma oranlarının 0.57 ile 0.91 arasında değiştiği görülmektedir. Bu değerlere göre ölçek maddelerinin faktör yükleri yeterli düzeydedir. T değerlerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve R^2 değerlerinin 0.32 ile 0.83 arasında değiştiği görülmektedir. Bu bulgulara göre ölçeğin yapı geçerliliği kabul edilebilir düzeydedir.

4.3. TPİDTÖ'NE İLİŞKİN GÜVENİLİRLİK VE UYUM İNDEKSLERİ

Tablo 4.3: TPİDTÖ Güvenilirlik Katsayıları

Faktör	N	$\bar{X}$	Ss	α	r
Özerklik Doyumu	**392**	4.41	0.68	0.801	0.502
Özerklik Tatminsizliği	**392**	3.45	1.18	0.855	0.596
İlişkili Olma Doyumu	**392**	3.92	0.87	0.845	0.589

Tablo 4.3 (devam): TPİDTÖ Güvenilirlik Katsayıları

Faktör	N	$\bar{X}$	Ss	α	r
İlişkili Olma Tatminsizliği	**392**	3.89	1.12	0.818	0.530
Yeterlik Doyumu	**392**	4.30	0.75	0.906	0.712
Yeterlik Tatminsizliği	**392**	3.64	1.12	0.842	0.570

Tablo 4.3'te TPİDTÖ'ne ilişkin güvenilirlik ve iç tutarlılık katsayıları yer almaktadır. Ölçeğin tüm alt boyutları için Cronbach'ın alfa katsayısının 0.801 ile 0.906 değerleri arasında yer aldığı; madde-bütün korelasyon değerlerinin ise 0.502 ile 0.712 arasında değiştiği görülmektedir.

Tablo 4.4: TPİDTÖ'nin Altı Faktörlü Ölçme Modeline İlişkin Uyum İndeksleri

Model	χ^2	sd	RMSEA (%90 Ga*)	SRMR	NNFI (TLI)	CFI	GFI
6 faktör (ÖD, ÖT, İD, İT, YD, YT) modeli	563.86	237	0.059 (0.053; 0.066)	0.054	0.92	0.93	0.90

** %90 Güven aralığı*

Tablo 4.4'te altı faktörlü ölçme modeline ilişkin uyum indeksleri bulguları yer almaktadır. $\chi 2/sd$ değerinin 2.38 olduğu; kestirim hatası kareler ortalamasının karekökü değerinin 0.059 olduğu, karşılaştırmalı uyum indeksi değerinin 0.93, uyum iyiliği indeksi değerinin 0.90 olduğu görülmektedir. Ayrıca normlaştırılmamış uyum indeksi değeri 0.92 ve standartlaştırılmış hata kareler ortalamasının karekökü değeri 0.054'tür.

4.4. İKİNCİ AŞAMADA KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE DAĞILIMLARI

Tablo 4.5: Katılımcıların Kişisel Bilgilerine Göre Dağılımları

Değişkenler		F	%
Cinsiyet	Erkek	167	50.6
	Kadın	163	49.4
	Toplam	**330**	**100**
Yaş Aralıkları	18-24	114	34.5
	25-35	99	30.0
	36 ve üzeri	117	35.5
	Toplam	**330**	**100**
Ortalama Gelir (TL)	4250 altı	82	24.8
	4250 - 6500	70	21.2
	6500 - 12000	96	29.1
	12000 üzeri	82	24.8
	Toplam	**330**	**100**

Tablo 4.5'te çalışmanın ikinci aşamasına katılan bireylerin kişisel bilgilerine göre dağılımları yer almaktadır. Bu sonuçlara göre çalışmaya katılanların %50.6'sı "Erkek", %49'u "Kadın"; %34.5'i "18-24" yaş aralığında, %30'u "25-35" yaş aralığında ve %35.5'i "36 ve üzeri" yaş aralığındadır. Katılımcıların %24.8'i "4250 altı" ortalama gelir bildirirken, bu oran "12000 üzeri" ortalama gelir aralığı için %24.8'dir.

Tablo 4.6: Bireylerin Spora/Fiziksel Aktiviteye Katılımlarına Göre Dağılımları

		Spora Seyirci Olarak Katılım						
		Hiç	Ayda bir veya daha seyrek	15 günde bir	Haftada bir	Haftada birkaç kez	Her gün	**Toplam**
Spora/Fiziksel Aktiviteye Aktif katılım	Hiç	0	15	3	0	7	7	32
	Ayda bir veya daha seyrek	26	17	4	11	9	5	72
	15 günde bir	14	27	1	3	4	6	55

Tablo 4.6 (devam): Bireylerin Spora/Fiziksel Aktiviteye Katılımlarına Göre Dağılımları

		Spora Seyirci Olarak Katılım						
		Hiç	Ayda bir veya daha seyrek	15 günde bir	Haftada bir	Haftada birkaç kez	Her gün	**Toplam**
Spora/Fiziksel Aktiviteye Aktif katılım	Haftada bir	9	19	7	2	9	4	50
	Haftada birkaç kez	3	14	3	3	7	7	37
	Her gün	9	23	3	5	26	18	84
Toplam		61	115	21	24	62	47	**330**

Tablo 4.6'da çalışmanın ikinci aşamasına katılan bireylerin spora veya fiziksel aktiviteye aktif katılımları ve spora seyirci olarak katılma oranları sunulmaktadır. Hem spora/fiziksel aktiviteye katılım sıklığı hem de spora seyirci olarak katılım sıklığı "Hiç" olan katılımcı gözlemlenmezken, hem spora/fiziksel aktiviteye katılım sıklığı hem de spora seyirci olarak katılım sıklığı "Her gün" olan katılımcı sayısı 18 (%5.45) olarak gözlemlenmektedir.

4.5. ÖLÇEK PUANLARININ DAĞILIMI

Tablo 4.7: Ölçeklerin Puan Dağılımı ve İç Tutarlılık Katsayıları

	Ölçek Alt Boyutları	**N**	**$\bar{X}$**	**Ss**	**α**
TPİDTÖ	**Özerklik Doyumu**	330	4.41	0.68	0.802
	Özerklik Tatminsizliği	330	3.45	1.19	0.858
	İlişkili Olma Doyumu	330	3.90	0.88	0.849
	İlişkili Olma Tatminsizliği	330	3.90	1.12	0.824
	Yeterlik Doyumu	330	4.28	0.76	0.908
	Yeterlik Tatminsizliği	330	3.63	1.13	0.842
STÖ	**Medya Tüketimi**	330	3.28	0.90	0.781
	Sportif Ürün Tüketimi	330	3.70	0.79	0.698
	Etkinlik Tüketimi	330	2.73	0.97	0.835

TPİDTÖ: *Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu ve Tatminsizliği Ölçeği,* ***STÖ:*** *Spor Tüketimi Ölçeği*

Tablo 4.7'de ölçek puanlarının dağılımı yer almaktadır. Ölçeklerin ilgili alt boyut puanları incelendiğinde, TPİDTÖ ihtiyaç doyumlarına ilişkin alt boyut düzeyinde en yüksek ortalamanın *"Özerklik Doyumu"* (4.41), en düşük ortalamanın ise, *"İlişkili Olma Doyumu"* (3.90) alt

boyutunda olduğu; TPİDTÖ ihtiyaç tatminsizliklerine ilişkin alt boyut düzeyindeyse en yüksek ortalamanın "*Özerklik Tatminsizliği"* (3.45), en düşük ortalamanın ise, *"Yeterlik Tatminsizliği"* (3.63) alt boyutunda olduğu tespit edilmiştir. STÖ alt boyutlarında en yüksek ortalamanın *"Sportif Ürün Tüketimi"* (3.70), en düşük ortalamanın *"Etkinlik Tüketimi"* (2.73) alt boyutunda olduğu görülmektedir.

4.6. ÖLÇEK PUANLARININ İSTATİSTİKSEL TEST SONUÇLARI

4.6.1. TPİDTÖ'ne İlişkin Analiz Sonuçları

Tablo 4.8: Katılımcıların TPİDTÖ Puanlarının Spora / Fiziksel Aktiviyete Aktif Katılım Sıklıklarına Göre MANOVA Bulguları

Bağımlı Değişken	Katılım Sıklığı	N	$\bar{X}$	Ss	Sd	F	p	Fark
Özerklik Doyumu	Hiç ya da ayda bir	104	4.42	0.68	2-327	0.862	0.423	
	İki haftada ya da haftada bir	105	4.35	0.73				
	Haftada birkaç ya da her gün	121	4.47	0.64				
Özerklik Tatminsizliği	Hiç ya da ayda bir	104	3.38	1.18	2-327	0.912	0.403	
	İki haftada ya da haftada bir	105	3.38	1.19				
	Haftada birkaç ya da her gün	121	3.56	1.19				
İlişkili Olma Doyumu	Hiç ya da ayda bir	104	3.70	0.89	2-327	4.869	**0.008****	**3-1**
	İki haftada ya da haftada bir	105	3.93	0.89				
	Haftada birkaç ya da her gün	121	4.05	0.85				
İlişkili Olma Tatminsizliği	Hiç ya da ayda bir	104	3.69	1.16	2-327	5.633	**0.004****	**3-1**
	İki haftada ya da haftada bir	105	3.82	1.09				
	Haftada birkaç ya da her gün	121	4.16	1.12				

Tablo 4.8 (devam): Katılımcıların TPİDTÖ Puanlarının Spora / Fiziksel Aktiviyete Aktif Katılım Sıklıklarına Göre MANOVA Bulguları

Bağımlı Değişken	Katılım Sıklığı	N	$\bar{X}$	Ss	Sd	F	p	Fark
Yeterlik Doyumu	Hiç ya da ayda bir	104	4.13	0.72	2-327	4.345	**0.014***	**3-1**
	İki haftada ya da haftada bir	105	4.26	0.77				
	Haftada birkaç ya da her gün	121	4.28	0.77				
Yeterlik Tatminsizliği	Hiç ya da ayda bir	104	3.40	1.09	2-327	4.538	**0.011***	**3-1**
	İki haftada ya da haftada bir	105	3.60	1.10				
	Haftada birkaç ya da her gün	121	3.86	1.15				

***p<0.01, *p<0.05*

Tablo 4.8'de spora/fiziksel aktiviyete aktif katılım sıklıklarına göre katılımcıların TPİDTÖ alt boyutlarında aldıkları puanlara ilişkin MANOVA testi bulguları gösterilmektedir.

MANOVA analizi bulguları, spora/fiziksel aktiviyete aktif katılım sıklığının TPİDTÖ alt boyutları üzerindeki temel etkisinin anlamlı olduğunu göstermektedir [λ= 0.918, $F(12,644)=2.358$; $p<0.05$). Alt boyutlar düzeyindeyse, TPİDTÖ'nin "İlişkili Olma Doyumu" alt boyutu [$F(2\text{-}327) =4.869$; $p<0.01$], "İlişkili Olma Tatminsizliği" alt boyutu [$F(2\text{-}327) = 5.633$; $p<0.01$], "Yeterlik Doyumu" alt boyutu [$F(2\text{-}327) =4.345$; $p<0.05$], ve "Yeterlik Tatminsizliği" alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($F(2\text{-}327) = 4.538$; $p<0.05$). Gruplar arası farklılığın niceliğini belirlemek amacıyla yapılan Tukey testi sonuçlarına göre; "İlişkili Olma Doyumu", "İlişkili Olma Tatminsizliği", "Yeterlik Doyumu" ve "Yeterlik Tatminsizliği" alt boyutlarında "Haftada birkaç ya da her gün" grubundaki katılımcıların ortalama puanlarının "Hiç ya da ayda bir" grubundaki katılımcıların ortalama puanlarından daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Tablo 4.9: Katılımcıların TPİDTÖ Puanlarının Spor Seyretme Sıklıklarına Göre MANOVA Bulguları

Bağımlı Değişken	Seyir Sıklığı	N	$\bar{X}$	Ss	Sd	F	p	Fark
Özerklik Doyumu	Hiç ya da ayda bir	176	4.33	0.72	2-327	3.158	**0.044***	**3-1**
	İki haftada ya da haftada bir	45	4.41	0.78				
	Haftada birkaç ya da her gün	109	4.54	0.55				
Özerklik Tatminsizliği	Hiç ya da ayda bir	176	3.30	1.19	2-327	2.856	0.059	
	İki haftada ya da haftada bir	45	3.54	0.89				
	Haftada birkaç ya da her gün	109	3.64	1.27				
İlişkili Olma Doyumu	Hiç ya da ayda bir	176	3.83	0.93	2-327	4.294	**0.014***	**3-1** **3-2**
	İki haftada ya da haftada bir	45	3.73	0.98				
	Haftada birkaç ya da her gün	109	4.10	0.72				
İlişkili Olma Tatminsizliği	Hiç ya da ayda bir	176	3.79	1.13	2-327	3.054	**0.049***	**3-1**
	İki haftada ya da haftada bir	45	3.82	0.91				
	Haftada birkaç ya da her gün	109	4.12	1.17				
Yeterlik Doyumu	Hiç ya da ayda bir	176	4.21	0.80	2-327	4.634	**0.010***	**3-1** **3-2**
	İki haftada ya da haftada bir	45	4.13	0.78				
	Haftada birkaç ya da her gün	109	4.46	0.66				

Tablo 4.9 (devam): Katılımcıların TPİDTÖ Puanlarının Spor Seyretme Sıklıklarına Göre MANOVA Bulguları

Bağımlı Değişken	Seyir Sıklığı	N	$\bar{X}$	Ss	Sd	F	**p**	**Fark**
Yeterlik Tatminsizliği	Hiç ya da ayda bir	176	3.47	1.16	2-327	5.994	**0.003****	**3-1**
	İki haftada ya da haftada bir	45	3.55	0.90				
	Haftada birkaç ya da her gün	109	3.93	1.13				

***p<0.01, *p<0.05*

Tablo 9'da sporu seyretme sıklıklarına göre katılımcıların TPİDTÖ alt boyutlarında aldıkları puanlara ilişkin MANOVA testi bulguları gösterilmektedir.

MANOVA analizi bulguları, katılımcıların sporu seyretme sıklıklarının TPİDTÖ alt boyutları üzerindeki temel etkisinin anlamlı olduğunu göstermektedir [λ= 0.921, $F_{(12,644)}$=2.354; p<0.01]. Alt boyutlar düzeyindeyse, TPİDTÖ'nin "Özerklik Doyumu" alt boyutu ($F_{(2-327)}$ =3.158; p<0.05), "İlişkili Olma Doyumu" alt boyutu [$F_{(2-327)}$ = 4.294; p<0.05], "İlişkili Olma Tatminsizliği" alt boyutu [F(2-327) =3.054; p<0.05], "Yeterlik Doyumu" alt boyutu [$F_{(2-327)}$ =4.634; p<0.05], ve "Yeterlik Tatminsizliği" alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir [$F_{(2-327)}$ = 5.994; p<0.01]. Gruplar arası farklılığın niceliğini belirlemek amacıyla yapılan Tukey testi sonuçlarına göre; "Özerklik Doyumu", "İlişkili Olma Doyumu", "İlişkili Olma Tatminsizliği", "Yeterlik Doyumu" ve "Yeterlik Tatminsizliği" alt boyutlarında "Haftada birkaç ya da her gün" grubundaki katılımcıların ortalama puanlarının "Hiç ya da ayda bir" grubundaki katılımcıların ortalama puanlarından daha yüksek olduğu; "İlişkili Olma Doyumu" ve "Yeterlik Doyumu" alt boyutlarında "Haftada birkaç ya da her gün" grubundaki katılımcıların ortalama puanlarının "İki haftada ya da haftada bir" grubundaki katılımcıların ortalama puanlarından daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Tablo 4.10: Yaş ile TPİDTÖ Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

	Yaş	**ÖD**	**ÖT**	**İD**	**İT**	**YD**	**YT**
Yaş	1						
ÖD	0,007	1					
ÖT	,117*	,276**	1				
İD	0,001	,306**	-0,068	1			
İT	,178**	0,033	,435**	,115*	1		
YD	,168**	,544**	,331**	,384**	0,090	1	
YT	,119*	0,066	,569**	-0,043	,604**	,285**	1

***p<0.01, *p<0.05*

Tablo 4.10'da yaş değişkeni ile TPİDTÖ'nin alt boyutları arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi için yapılan Pearson Korelasyon analizi sonuçları gösterilmektedir.

Pearson Korelasyon analiz bulgularına göre, yaş değişkeni ile "TPİDTÖ"nin "Özerklik Tatminsizliği" (r=0.117, p<0.05), "İlişkili Olma Tatminsizliği" (r=0.178, p<0.01), "Yeterlik Doyumu" (r=0.168, p<0.01) ve "Yeterlik Tatminsizliği" (r=0.119, p<0.05) alt boyutları ortalama puanları arasında istatistiksel olarak pozitif ve düşük düzeyde, istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

Tablo 4.11: Ortalama Gelir ile TPİDTÖ Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

	Ortalama Gelir	**ÖD**	**ÖT**	**İD**	**İT**	**YD**	**YT**
Ortalama Gelir	1						
ÖD	0,023	1					
ÖT	0,106	,276**	1				
İD	-0,052	,306**	-0,068	1			
İT	,172**	0,033	,435**	,115*	1		
YD	0,044	,544**	,331**	,384**	0,090	1	
YT	0,077	0,066	,569**	-0,043	,604**	,285**	1

***p<0.00, *p<0.05*

Tablo 4.11'de ortalama gelir değişkeni ile TPİDTÖ'nin alt boyutları arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi için yapılan Pearson Korelasyon analizi sonuçları gösterilmektedir.

Pearson Korelasyon analiz sonuçları, ortalama gelir değişkeni ile "TPİDTÖ"nin alt boyutlarından sadece "İlişkili Olma Tatminsizliği" ($r=0.172$, $p<0.01$) alt boyutu ortalama puanları arasında istatistiksel olarak pozitif ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir.

4.6.2. Spor Tüketimi Ölçeği'ne İlişkin Analiz Sonuçları

Tablo 4.12: Katılımcıların STÖ Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre MANOVA Sonuçları

Bağımlı Değişken	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	Ss	Sd	F	p
Medya Tüketimi	Erkek	167	3.43	0.94	3-326	9.023	**0.003***
	Kadın	163	3.13	0.85			
Sportif Ürün Tüketimi	Erkek	167	3.63	0.84	3-326	2.224	0.137
	Kadın	163	3.77	0.73			
Etkinlik Tüketimi	Erkek	167	2.74	1.02	3-326	0.016	0.898
	Kadın	163	2.73	0.93			

*$p<0.01$

Tablo 4.12'de katılımcıların cinsiyet değişkenine göre Spor Tüketim Ölçeği'nin alt boyutlarında elde ettikleri puanlara ilişkin MANOVA testi sonuçları yer almaktadır.

MANOVA bulguları, cinsiyet değişkeninin STÖ alt boyutları üzerindeki temel etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir ($\lambda= 0.947$, $F_{(3,326)}=6.106$; $p<0.01$).

Alt boyutlar düzeyindeyse, STÖ'nin *"Medya Tüketimi"* alt boyutu ortalama puanlarının erkeklerde kadınlardan daha yüksek olduğu ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($F_{(3\text{-}326)}=9.023$; $p<0.01$).

Tablo 4.13: Katılımcıların STÖ Puanlarının Spora/Fiziksel Aktiviteye Katılım Sıklıklarına Göre MANOVA Sonuçları

Bağımlı Değişken	Katılım Sıklığı	N	$\bar{X}$	Ss	Sd	F	p
Medya Tüketimi	Hiç ya da ayda bir	104	3.33	0.88	2-327	1.429	0.241
	İki haftada ya da haftada bir	105	3.16	0.85			
	Haftada birkaç ya da her gün	121	3.35	0.97			

Tablo 4.13 (devam): Katılımcıların STÖ Puanlarının Spora/Fiziksel Aktiviteye Katılım Sıklıklarına Göre MANOVA Sonuçları

Bağımlı Değişken	Katılım Sıklığı	N	$\bar{X}$	Ss	Sd	F	p
Sportif Ürün Tüketimi	Hiç ya da ayda bir	104	3.82	0.69	2-327	1.836	0.161
	İki haftada ya da haftada bir	105	3.65	0.83			
	Haftada birkaç ya da her gün	121	3.64	0.82			
Etkinlik Tüketimi	Hiç ya da ayda bir	104	2.87	0.85	2-327	1.458	0.234
	İki haftada ya da haftada bir	105	2.69	1.09			
	Haftada birkaç ya da her gün	121	2.66	0.96			

Tablo 4.13'de spora/fiziksel aktiviteye katılım sıklıklarına göre katılımcıların Spor Tüketimi Ölçeği'nin (STÖ) alt boyutlarında aldıkları puanlara ilişkin MANOVA testi sonuçları gösterilmektedir. Analiz bulgularında, spora/fiziksel aktiviteye katılım sıklığı ile STÖ alt boyutları ortalama puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmadığı görülmektedir (λ= 0.976, $F_{(6,650)}$ =1.296; p>0.05).

Tablo 4.14: Katılımcıların STÖ Puanlarının Spor Seyretme Sıklıklarına Göre MANOVA Bulguları

Bağımlı Değişken	**Katılım Sıklığı**	**N**	$\bar{X}$	**Ss**	**Sd**	**F**	**p**	**Fark**
Medya Tüketimi	Hiç ya da ayda bir	176	3.12	0.87	2-327	6.914	**0.001***	**3-1**
	İki haftada ya da haftada bir	45	3.34	0.86				
	Haftada birkaç ya da her gün	109	3.52	0.94				

Tablo 4.14 (devam): Katılımcıların STÖ Puanlarının Spor Seyretme Sıklıklarına Göre MANOVA Bulguları

Bağımlı Değişken	Katılım Sıklığı	N	$\bar{X}$	Ss	Sd	F	p	Fark
Sportif Ürün Tüketimi	Hiç ya da ayda bir	176	3.64	0.80	2-327	1.310	0.271	
	İki haftada ya da haftada bir	45	3.70	0.77				
	Haftada birkaç ya da her gün	109	3.80	0.77				
Etkinlik Tüketimi	Hiç ya da ayda bir	176	2.71	0.99	2-327	0.139	0.870	
	İki haftada ya da haftada bir	45	2.80	0.93				
	Haftada birkaç ya da her gün	109	2.75	0.97				

**p<0.01*

Tablo 4.14'de katılımcıların spor seyir sıklıklarına göre Spor Tüketimi Ölçeği'nin alt boyutlarında elde ettikleri puanlara ilişkin MANOVA testi sonuçları yer almaktadır.

MANOVA bulgularına göre, katılımcıların spor seyretme sıklıkları değişkeninin STÖ alt boyutları üzerindeki temel etkisinin anlamlı olduğu saptanmıştır [λ= 0.956, $F_{(6,650)}$=2.462; p<0.05]. *"Medya Tüketimi"* alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık görülmüştür ($F_{(2-327)}$= 6.914; p<0.01). Alt boyutlar düzeyinde, gruplar arasındaki farklılıkların detaylı olarak incelenmesi için yapılan Tukey testi bulgularına göre *"Medya Tüketimi"* alt boyutunda "Haftada birkaç ya da her gün" grubundaki katılımcıların ortalama puanlarının "Hiç ya da ayda bir" grubundaki katılımcıların ortalama puanlarından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.15: Yaş ile STÖ Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi Bulguları

	Yaş	**Medya Tüketimi**	**Sportif Ürün Tüketimi**	**Etkinlik Tüketimi**
Yaş	1			
Medya Tüketimi	-,149**	1		
Sportif Ürün Tüketimi	-,349**	,402**	1	
Etkinlik Tüketimi	-,362**	,287**	,435**	1

***p<0.01*

Tablo 4.15'de yaş değişkeni ile STÖ'nin alt boyutları ortalama puanları arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi için yapılan Pearson Korelasyon analizi sonuçları gösterilmektedir.

Pearson Korelasyon analiz bulguları, yaş değişkeni ile STÖ'nin "Medya Tüketimi" (r=-0.15, p<0.01), "Sportif Ürün Tüketimi" (r=-0.35, p<0.01) ve "Etkinlik Tüketimi" (r=-0.36, p<0.01) alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı, negatif ve düşük düzeyde bir ilişkinin olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.16: Ortalama Gelir ile STÖ Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi Bulguları

	Ortalama Gelir	**Medya Tüketimi**	**Sportif Ürün Tüketimi**	**Etkinlik Tüketimi**
Ortalama Gelir	1			
Medya Tüketimi	-0.051	1		
Sportif Ürün Tüketimi	.236**	.402**	1	
Etkinlik Tüketimi	.242**	.287**	.435**	1

***p<0.01*

Tablo 4.16'da ortalama gelir değişkeni ile STÖ'nin alt boyutları arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi için yapılan Pearson Korelasyon analizi sonuçları gösterilmektedir.

Pearson Korelasyon analiz bulguları, ortalama gelir değişkeni ile STÖ'nin "Sportif Ürün Tüketimi" (r=0.24, p<0.01) ve "Etkinlik Tüketimi" (r=0.24, p<0.01) alt boyutları arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı, pozitif ve zayıf düzeyde olduğunu göstermektedir.

4.6.3. TPİDTÖ ile STÖ Arasındaki İlişkiye Dair Analiz Sonuçları

Tablo 4.17: STÖ ve TPİDTÖ Ölçek Puanları Arasındaki Korelasyon Sonuçları

	ÖD	**ÖT**	**İD**	**İT**	**YD**	**YT**	**MT**	**ÜT**	**ET**
ÖD	1								
ÖT	0.276**	1							
İD	0.306**	-0.068	1						
İT	0.033	0.435**	0.115*	1					
YD	0.544**	0.331**	0.384**	0.090	1				

Tablo 4.17 (devam): STÖ ve TPİDTÖ Ölçek Puanları Arasındaki Korelasyon Sonuçları

	ÖD	ÖT	İD	İT	YD	YT	MT	ÜT	ET
YT	0.066	0.569**	-0.043	0.604**	0.285**	1			
MT	0.206**	-0.003	0.166**	-0.043	0.140*	0.057	1		
ÜT	0.455**	0.151**	0.293**	-0.036	0.276**	-0.044	0.402**	1	
ET	0.301**	-0.085	0.116*	0.306**	0.183**	-0.086	0.287**	0.435**	1

***ÖD**: Özerklik Doyumu, **ÖT:** Özerklik Tatminsizliği, **İD:** İlişkili Olma Doyumu, **İT:** İlişkili Olma Tatminsizliği, **YD:** Yeterlik Doyumu, **YT:** Yeterlik Tatminsizliği, **MT:** Medya Tüketimi, **ÜT:** Sportif Ürün Tüketimi, **ET:** Etkinlik Tüketimi*

***p<0.01, *p<0.05*

Tablo 4.17'deki TPİDTÖ ve STÖ alt boyutları arasındaki ilişkiye dair Pearson Korelasyon analiz sonuçlarına göre, STÖ'nin "Medya Tüketimi" alt boyutu ile TPİDTÖ'nin "Özerklik Doyumu" (r=0.21, p<0.01), "İlişkili Olma Doyumu" (r=0.17, p<0.01) ve "Yeterlik Doyumu" (r=0.14, p<0.05) alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı, pozitif yönde ve düşük düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. STÖ'nin "Sportif Ürün Tüketimi" alt boyutu ile TPİDTÖ'nin "Özerklik Doyumu" alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı, pozitif yönde orta düzeyde bir ilişki (r=0.46, p<0.01) bulunmaktadır. STÖ'nin "Sportif Ürün Tüketimi" alt boyutu ile TPİDTÖ'nin "Özerklik Tatminsizliği" (r=0.15, p<0.01), "İlişkili Olma Doyumu" (r=0.29, p<0.01) ve "Yeterlik Doyumu" (r=0.28, p<0.01) alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı, pozitif yönde ve düşük düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. STÖ'nin "Etkinlik Tüketimi" alt boyutu ile TPİDTÖ'nin "Özerklik Doyumu" (r=0.30, p<0.01), "İlişkili Olma Doyumu" (r=0.12, p<0.05), "İlişkili Olma Tatminsizliği" (r=0.31, p<0.01), ve "Yeterlik Doyumu" (r=0.18, p<0.01) alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı, pozitif yönde ve düşük düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

5. TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde, Türkiye'de sportif aktivitelere veya egzersizlere seyirci veya aktif olarak katılan bireylerin temel psikolojik ihtiyaçlarının doyum ve tatminsizlik durumları ile spor tüketim düzeyleri arasındaki ilişkiye dair elde edilen veriler literatür çalışmalarıyla tartışılmıştır.

5.1. BİRİNCİ AŞAMADA TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLARIN DOYUMU VE TATMİNSİZLİĞİ ÖLÇEĞİNE İLİŞKİN BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

TPİDTÖ'nin Türk kültüründe, spor ve fiziksel aktivite katılımcılarına uyarlamasında sonuçlar üç temel ihtiyacın (Özerklik, Yeterlik, İlişkili Olma) doyum ve tatminsizliği boyutlarını birbirinden ayıran 24 maddeli ve altı faktörlü model ortaya çıkarmıştır. Ölçeğe ilişkin altı faktörlü ölçme modelinin standartlaştırılmış parametre tahminlerine göre ölçeğin yapı geçerliliği kabul edilebilir düzeydedir. Mevcut model, literatürde yer alan yapısal eşitlik modeli araştırmalarında kullanılan uyum indekslerine ilişkin kabul edilebilir uyum ölçütlerine uygundur (Browne ve Cudeck, 1993; Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003; Marsh, Hau, Artelt, Baumert ve Peschar, 2006; Kline, 2011).

Modelden elde edilen bulgular, TPİDTÖ'nin farklı bir çok kültürdeki uyarlamalarına ilişkin önceki araştırmaların sonuçlarıyla uyumludur (Chen, 2015; Costa ve diğerleri, 2018; Szulawski, Baka, Prusik ve Olafsen, 2021; Frielink, Schuengel ve Embregts, 2016). Ülkemiz popülasyonunda eğitim bilimleri bağlamında yapılan geçerlik ve güvenirlik çalışmasında Mouratidis, Michou, Sayil, Alp, Kocak, Cuvas, ve Selcuk, 2018) çalışmamızı destekler şekilde 24 madde ve 6 alt boyutlu bir ölçek elde edilmiştir. TPİDTÖ'yü diğer dillerde ve bağlamlarda zaten kullanmış olan araştırmacılara benzer şekilde (Chen ve diğerleri, 2015; Cordeiro ve diğerleri, 2016; Nishimura ve Suzuki, 2016), verilerimiz, üç ihtiyacın hem doyumunun hem de tatminsizliğinin farklı yapılar olarak daha iyi temsil edildiğini doğrulamaktadır (Deci & Ryan, 2000).

5.2. İKİNCİ AŞAMADA TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLARIN DOYUMU VE TATMİNSİZLİĞİ ÖLÇEĞİNE İLİŞKİN BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

TPİDTÖ'nin spor ve fiziksel aktivite katılımcılarındaki uyarlamasının ardından çalışmanın ikinci aşamasına geçilmiştir. İkinci aşamada ilk olarak temel psikolojik ihtiyaçların doyumu ve tatminsizliğinde egzersiz ve fiziksel aktiviteye katılım sıklığında göre gruplar arası farklılık incelenmiştir. Bulgular "İlişkili Olma Doyumu", "İlişkili Olma Tatminsizliği", "Yeterlik Doyumu" ve "Yeterlik Tatminsizliği" alt boyutlarında "Haftada birkaç ya da her gün" grubundaki katılımcıların ortalama puanlarının "Hiç ya da ayda bir" grubundaki katılımcıların ortalama puanlarına göre daha yüksek olduğu göstermiştir.

Hür İrade Kuramının özünü oluşturan ihtiyaç doyumunun bir davranışı sürdürmedeki temel neden olduğu göz önünde bulundurulduğunda İlişki Olma Tatminsizliği alt boyutundaki düşük puanlar katılımcıların spor veya fiziksel aktivite ortamında sosyal veya duygusal olarak yeterince doyum sağlayamadığını göstermektedir. Öte yandan İlişki Olma Doyumu sağladığında yani bireyler sosyal olarak ortamdan keyif aldığında veya keyif alabildiği insanlarla birarada olduğunda egzersize daha fazla katılım göstermektedir. Destekler şekilde Puente ve Anshel (2010) egzersiz katılımcılarının ağılanan antrenör iletişim tarzı ve olumlu duygulanım ile egzersize katılım sıklığı arasında ilişki olduğunu belirlemişlerdir.

Yeterlik Tatminsizliği spor veya fiziksel aktivite sırasında katılımcıların kendi beceri ve yetkinliklerine olan algılarını ifade eder. Araştırmalar Yeterlik Tatmini yüksek olan katılımcıların egzersize daha sık katıldıklarını göstermektedir yani egzersiz yoğunluğu arttıkça veya fiziksel becerileri başarıyla uygulandıkça katılımcıların egzersizi sürdürme davranışı artmaktadır (Puente ve Anshel, 2010; Lewis ve Sutton, 2011; Duncan, Hall, Wilson ve Jenny, 2010).

Ancak çalışmaların aksine Duncan, Hall, Wilson ve Jenny (2010) ve Puente ve Anshel (2010) düzenli egzersiz katılımcıları ile yapmış oldukları çalışmalarında Özerklik Doyumu yüksek olan katılımcıların diğerlerine göre egzersize daha sık katıldıklarını belirlemişlerdir.

Genel olarak bakıldığında "Haftada birkaç ya da her gün" grubundaki katılımcıların Tatminsizlik alt boyutlarındaki ortalama puanlarının "Hiç ya da ayda bir" grubundaki katılımcılara göre anlamlı şekilde daha yüksek olması düzenli egzersiz katılımcılarının spor veya fiziksel aktiviteye katılım sıklığında sosyal ve duygusal olarak doyum sağlamasının ve bir beceriyi yerine getirirken kendini yetkin hissetmesinin belirleyici olduğunu göstermektedir.

TPİDTÖ'nün spor seyir sıklığına göre gruplar arasındaki farklılığına bakıldığında "Özerklik Doyumu", "İlişkili Olma Doyumu", "İlişkili Olma Tatminsizliği", "Yeterlik Doyumu" ve "Yeterlik Tatminsizliği" alt boyutlarında "Haftada birkaç ya da her gün" grubundaki katılımcıların ortalama puanlarının "Hiç ya da ayda bir" grubundaki katılımcıların ortalama puanlarından daha yüksek olduğu görülmektedir.

Sporla ilgili aktiviteleri sıklıkla seyreden bireylerin Özerklik doyumlarının yüksek olması bireyin istediği müsabakayı izleme iradesinin olması ile açıklanabilir. Benzer şekilde ve Yeterlik ve İlişkili Olma doyumlarının spor seyircilerinin müsabakayı izlerken temsili başarı hissi yaşaması ile açıklanabilir. Destekler şekilde Kim, Morgan, ve Assaker (2021) Avusturalya futbol ligi seyircileri ile yaptıkları çalışmalarında spor seyircilerinin motivasyonu ile hem sosyo-psikolojik katılım hem de davranışsal katılım arasında güçlü bir pozitif ilişki bulunduğunu belirlemişlerdir.

"Özerklik Tatminsizliği" ($r=0.117$, $p<0.05$), "İlişkili Olma Tatminsizliği" ($r=0.178$, $p<0.01$), "Yeterlik Doyumu" ($r=0.168$, $p<0.01$) ve "Yeterlik Tatminsizliği" ($r=0.119$, $p<0.05$) alt boyutları ortalama puanları arasında istatistiksel olarak pozitif ve düşük düzeyde, istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

Araştırmanın diğer bir değişkeni olan yaş açısından incelendiğinde, katılımcıların yaşı arttıkça Özerklik Tatminsizliği ve İlişkili Olma Tatminsizliği düzeylerinin düştüğü, Yeterlik Doyumunun ise arttığı belirlenmiştir. Araştırmalar yaş ilerledikçe spor veya fiziksel aktiviteye katılımla beraber içsel ve dışsal motivasyon düzenlemelerinin değiştiğini ortaya koymuştur. Bu durum genç yetişkinlerde dışsal motivasyon unsurlarının (Mıller ve Irıs, 2002; Ingledew ve Sullivan, 2002) orta yaşlılara göre daha yüksek olduğunu göstermiştir (Weman-Josefsson, Lindwall ve Ivarsson, 2015).

TPİDTÖ puanları ortalama gelir açısından incelendiğinde İlişkili Olma Tatminsizliği alt boyutu ortalama puanları arasında istatistiksel olarak pozitif ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu bulgu spor veya egzersiz katılımcılarında gelir düzeyi arttıkça ilişkili olma tatminsizliğinin azaldığını göstermektedir. Mevcut literatürde henüz yeterli çalışma bulunmadığından bu bulgu yeni bir bilgi olarak literatüre katılmıştır.

5.3. SPOR TÜKETİM ÖLÇEĞİNE İLİŞKİN BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

STÖ'nin "Medya Tüketimi" alt boyutu ortalama puanlarının erkeklerde kadınlardan daha yüksek olduğu ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Roset ve Bottenberg (2014), spor tüketicilerinin ihtiyaçlarını planlamak için "spora ilgiyi" kritik bir faktör olarak öne sürmüşlerdir. Futbol ve basketbol gibi ülkemizde daha popüler olan spor branşlarına erkeklerin ilgisinin daha fazla olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu sonuç öngörülebilir (Kaplan ve Akkaya, 2014). Benzer şekilde Bravo, Lee ve García-González, (2016) Amerikan futbolu medya ürünleri üzerine yaptıkları çalışmalarında cinsiyet farklılıklarını incelemişler ve erkeklerin kadınlara göre daha fazla spor medya ürünü tükettiklerini ve spor ürünleri tüketiminde erkeklerin kadınlara göre daha fazla para harcadıklarını belirlemişlerdir. Yine destekler şekilde Arıkan (2000) spor seyir düzeyi ile cinsiyet arasında erkekler lehine anlamlı ilişki bulmuştur.

Çalışmamızın bir diğer değişkeni olan katılım sıklığına bakıldığında spora veya fiziksel aktivitelere katılım sıklığı ile spor tüketim düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Öte yandan spora veya fiziksel aktiviteye katılım sıklığı ile spor tüketimi arasındaki ilişki incelendiğinde "Medya Tüketimi" alt boyutunda "Haftada birkaç ya da her gün" grubundaki katılımcıların ortalama puanlarının "Hiç ya da ayda bir" grubundaki katılımcıların ortalama puanlarından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durum spor veya fiziksel aktiviteye katılım arttıkça spor medyası tüketiminin de arttığını göstermektedir. Elde edilen bu bulgu tahmin edilebilir bir durumdur, araştırmalar spora ilginin katılım sıklığı ile ilişki olduğunu belirlemişlerdir (Bravo ve arkadaşları, 2016; Üzüm, Osmanoğlu, Özen, Polat ve Sönmezoğlu, 2014; Gençay, 2004). Destekler şekilde Arıkan ve Göktaş (2004) farklı spor dallarında spor izleyicileri üzerine yaptıkları çalışmada aktif olarak spor yapanların spor seyir düzeylerinin oldukça yüksek olduğunu vurgulamışlardır.

Yaş değişkeni açısından spor tüketimini incelediğinde ise yaş değişkeni ile STÖ'nin "Medya Tüketimi, Sportif Ürün Tüketimi ve Etkinlik Tüketimi alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı, negatif ve düşük düzeyde bir ilişki mevcuttur. Bu durum yaş arttıkça spor medyası, sportif ürün (eşofman, sportif ekipmanlar, spor ayakkabı vb.) ve sportif etkinlik tüketimlerinin azaldığını göstermektedir. Bu bulgular ışığında genç yaşta spora olan ilgi ve katılımın yaş ilerledikçe azaldığı ve bu durumun spor ürünleri tüketimi açısından paralellik gösterdiği söylenebilir (Bravo ve arkadaşları, 2016; Park, Mahony, Kim, ve Do Kim, 2015; Miller ve Iris,

2002; Weman-Josefsson, Lindwall ve Ivarsson, 2015). Araştırmacılardan Wann, Schrader ve Wilson (1999) spor tüketicileri üzerine yaptıkları araştırmalarda ortaya çıkan bu negatif korelasyondan bahsetmişler ve bireylerin yaşı ne kadar düşükse spor tüketim motivasyonlarının da o kadar yüksek olduğunu öne sürmüşlerdir. Benzer şekilde Üzüm ve arkadaşları (2014) üniversite öğrencileri ile yaptıkları çalışmalarında yaş arttıkça spor seyir düzeyinin arttığını belirlemişlerdir.

Diğer bir değişken olan ortalama gelir düzeyi bakımından incelendiğinde Sportif Ürün Tüketimi ve Etkinlik Tüketimi alt boyutları arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı, pozitif ve düşük düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu durum gelir düzeyi arttıkça sportif ürün tüketimi ile sportif etkinliklere olan katılımın arttığını göstermektedir. Spora katılım ve spora tüketimi konusunda araştırma yapan Lopez ve Garate (2012) İspanya'daki spor izleyicilerinde gelir arttıkça spora etkinliklerine katılım oranlarının arttığını belirtmişlerdir.

5.4. TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLARIN DOYUMU VE TATMİNSİZLİĞİ ÖLÇEĞİ İLE SPOR TÜKETİMİ ÖLÇEĞİ ARASINDAKİ İLİŞKİYE YÖNELİK BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

TPİDTÖ ve STÖ alt boyutları arasındaki ilişkiye dair analiz sonuçlarına göre, STÖ'nin "Medya Tüketimi" alt boyutu ile TPİDTÖ'nin "Özerklik Doyumu", "İlişkili Olma Doyumu" ve "Yeterlik Doyumu" alt boyutları arasında olarak anlamlı, pozitif yönde ve zayıf bir ilişki olduğu görülmektedir. STÖ'nin "Sportif Ürün Tüketimi" alt boyutu ile TPİDTÖ'nin "Özerklik Doyumu" alt boyutu arasında istatistiksel pozitif yönde orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. STÖ'nin "Sportif Ürün Tüketimi" alt boyutu ile TPİDTÖ'nin "Özerklik Tatminsizliği", "İlişkili Olma Doyumu" ve "Yeterlik Doyumu" alt boyutları arasında pozitif yönde ve zayıf bir ilişki olduğu görülmektedir. STÖ'nin "Etkinlik Tüketimi" alt boyutu ile TPİDTÖ'nin "Özerklik Doyumu", "İlişkili Olma Doyumu", "İlişkili Olma Tatminsizliği" ve "Yeterlik Doyumu" alt boyutları arasında, pozitif yönlü ve zayıf bir ilişki olduğu tespit edilmiştir

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacı Türkiye'de sportif aktivitelere veya egzersizlere seyirci veya aktif olarak katılan bireylerin temel psikolojik ihtiyaçlarının doyum ve tatminsizlik durumları ile spor tüketim düzeyleri arasındaki ilişkinin test edilmesidir. Araştırma ile elde edilen sonuçlar aşağıda verilmiştir;

Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu ve Tatminsizliği Ölçeği'nin altı faktörlü ölçme modelinin yapı geçerliliği, iç tutarlılığı ve uyum ölçütlerine uygunluğu kabul edilebilir düzeydedir.

TPİDTÖ'ne ilişkin bulgularda, katılımcıların temel psikolojik ihtiyaçlarının doyum ve tatminsizlik düzeylerinde spora/fiziksel aktiviteye katılım sıklığı, sporu seyretme sıklığı, yaş ve ortalama gelire göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

- Spora/fiziksel aktiviteye katılımın TPİDTÖ düzeyindeki temel etkisinin anlamlı olduğu ve alt boyutlar düzeyinde ise, "İlişkili Olma Doyumu", "İlişkili Olma Tatminsizliği", "Yeterlik Doyumu" ve "Yeterlik Tatminsizliği" boyutlarında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

- Sporu seyretme sıklığının TPİDTÖ üzerindeki temel etkisinin anlamlı olduğu ve alt boyutlar düzeyinde "Özerklik Tatminsizliği" dışındaki tüm alt boyutlarda anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

- Yaş ile TPİDTÖ arasında anlamlı eş-ilişki tespit edilmiştir. Bu ilişki alt boyutlardan "Özerklik Tatminsizliği", "İlişkili Olma Tatminsizliği", "Yeterlik Doyumu", "Yeterlik Tatminsizliği" alt boyutları arasında zayıf ve pozitif yönlüdür.

- Ortalama gelir ile TPİDTÖ'nin yalnızca "İlişkili Olma Tatminsizliği" alt boyutu arasında bir eş-ilişki tespit edilmiştir. Bu ilişki zayıf ve pozitif yönlüdür.

Spor Tüketim Ölçeğine ilişkin sonuçlarda, katılımcıların spor tüketim düzeyleriyle sporu seyretme sıklıkları, cinsiyet, yaş ve ortalama gelire göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

- Cinsiyet değişkenin STÖ düzeyindeki temel etkisinin anlamlı olduğu ve alt boyutlar düzeyinde ise, "Medya Tüketimi" alt boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmüştür.

- Sporu seyretme sıklıklarının STÖ düzeyindeki temel etkisinin anlamlı olduğu ve alt boyutlar düzeyinde 'Medya Tüketimi'' boyutlarında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

- Yaş ile STÖ'nin tüm alt boyutları arasında zayıf ve negatif yönlü eş-ilişki bulunmuştur.

- Ortalama gelir ile STÖ'nin, ''Sportif Ürün Tüketimi" ve "Etkinlik Tüketimi" alt boyutları ile arasında pozitif yönlü zayıf ilişki tespit edilmiştir.

TPİDTÖ ve STÖ arasındaki ilişkiye bakıldığında, bireylerin spor içerikli mobil uygulama kullanma, televizyonda sporla ilgili etkinlikler izleme, internetten ve basılı medyadan sporla ilgili gelişmeleri takip etme düzeylerindeki artışla özerklik, ilişkili olma ve yeterlik ihtiyaçlarının doyumlarındaki artış arasında bir paralellik olduğu görülmüştür. Ayrıca, bireylerin spor malzemesi, spor kıyafeti, markalı sportif ürünler satın alım miktarındaki artışla özerlik ihtiyaçlarının doyumlarındaki artış benzer yöndedir. Sportif ürünleri satın alan bireyler bu tercihlerinin kendilerini yansıttığını düşünmekte ve bu ihtiyaçlarını tatmin etmektedir. Spora/fiziksel aktiviteye katılırken kendini çevresindekilerle daha yakın ve samimi hisseden ve yaptığı egzersizlerde kendini daha yetkin hisseden bireylerin internet veya mağazadan sportif ürünler satın alımlarının daha fazla olduğu görülmektedir. Bunlarla birlikte, spor topluluklarının etkinliklerine katılan veya spor topluluklarına, spor kulüplerine üye olan, düzenli olarak bir egzersiz salonuna giden veya bir kulüpte spor yapan bireylerin bunları yapmayan bireylere göre özerklik, ilişkili olma ve kendilerini yeterli hissetmeye yönelik ihtiyaçlarının daha fazla doyuma ulaştığı görülmektedir.

Çalışmamızın ilk aşamasında yeni bir ihtiyaç ölçeğinin resmi bir doğrulama sürecini gerçekleştirerek, üç temel psikolojik ihtiyacın hem doyumu hem de tatminsizliğini ölçen bir ölçek geliştirilmiş ve bu ölçek geçmiş kültürler arası çalışmalar üzerine inşa edilmiştir. Bu sonuçlar, önceki çalışmalarda elde edilenleri tekrarlamaktadır (Chen ve diğerleri, 2015; Cordeiro ve diğerleri, 2016) ve ihtiyaç doyumu ile tatminsizliği arasındaki ayrım hakkında Hür İrade Kuramı üzerine yapılan son araştırmaları doğrulamaktadır Bu sonuçlar, her bir ihtiyacın rolünü ve evrensel etkilerini göstermektedir. TPİDTÖ gibi altı farklı boyutu (Özerklik Doyumu, Özerklik Tatminsizliği, İlişkili Olma Doyumu, İlişkili Olma Tatminsizliği, Yeterlik Doyumu

ve Yeterlilik Tatminsizliği) ayrı ayrı değerlendirmemize izin veren alt ölçekler ile mevcut konuda araştırma yapmak isteyen ulusal araştırmacılarımız için literatüre katkı sağlamaktadır.

Ancak bu çalışmanın sonuçları sınırlılıkları ile birlikte dikkate alınmalıdır. İlk sınırlama, incelenen popülasyonların temsil edilebilirliğini kısıtlayan uygun bir örneğin kullanılmasıdır. Gelecekteki çalışmalarda, genellenebilirliği kolaylaştırmak için daha sistematik ve heterojen örnekler kullanmaya çalışılmalıdır. Diğer bir sınırlama, herhangi bir nedensel sonucun çözülmesini imkânsız kılan ve bu bulguları tekrarlamak ve genişletmek için boylamsal ve deneysel araştırma ihtiyacını gösteren verilerin kesitsel doğasıdır. Ayrıca, tüm veriler öz bildirim ölçümlerine dayanmaktadır; gelecekteki çalışmalar gözlemci derecelendirmeleri gibi ek ölçümler kullanarak yapmak daha iyi olacaktır. Sonuç olarak, kısa ve güvenilir bir ölçümün mevcudiyeti, uygulayıcıların psikolojik temel ihtiyaçların tatmini ve tatminsizliklerindeki bireysel farklılıkları, etkili müdahaleler tasarlamanın yanı sıra bunların sonuçlarını izlemek ve değerlendirmek için bir araç olarak değerlendirmelerine yardımcı olmak için esastır.

Spor tüketiminde elde edilen bulgular doğrultusunda içsel ve dışsal motivasyonun spora katılım ve spor seyir düzeyinde belirgin bir belirleyici olduğu görülmektedir. Spor tüketiminin arttırılması ve spor kültürünün sağlanması bakımından elde edilen bu bilgi önemlidir. Benzer şekilde yaş değişkeni katılımcıların spor tüketiminde belirleyici bir diğer faktördür. Katılımcıların yaşı arttıkça spora ve fiziksel aktiviteye olan ilgi ve dahiliyetinin artması genç nesilde yaşanan spor kültürü ve katılım eksikliğinin bir göstergesidir. Öte yandan gelir düzeyi arttıkça spor tüketiminin artması spor ürünleri tüketimi ve katılımında ekonomik kısıtlayıcıların bulunduğunun göstergesi olabilir. Yaş düzeyi ile spora katılım düzeyi arasındaki ilişkinin sebebi bu şekilde açıklanabilir. Araştırmamız hem tanımlayıcı hem de yeni araştırmalar için yol gösterici niteliktedir. Benzer çalışmalar ve farklı örneklem gruplarıyla yinelenmesi mevcut literatüre katkı sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

Adie, J. W., Duda, J. L., ve Ntoumanis, N. (2008). Autonomy support, basic need satisfaction and the optimal functioning of adult male and female sport participants: A test of basic needs theory. *Motivation and Emotion*, 32(3), 189–199.

Aelterman, N., Vansteenkiste, M., Van Keer, H., ve Haerens, L. (2016). Changing teachers' beliefs regarding autonomy support and structure: The role of experienced psychological need satisfaction in teacher training. *Psychology of Sport and Exercise*, 23, 64–72.

Arıkan A N (2000). *Farklı branşlardaki spor seyircilerinin sosyo-kültürel profili ve izleyicilik durumları üzerine bir araştırma*. Doktora Tezi, Ankara, Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimler I Enstitüsü.

Arıkan A N, Göktaş Z (2004). Farklı branşlardaki spor seyircilerinin sporculuk durumlarına ilişkin özellikleri, *Spor Bilimleri Dergisi*, 7(12): 1 – 15.

Bartholomew, K., Ntoumanis, N., Ryan, R., ve Thogersen-Ntoumani, C. (2011). Psychological need thwarting in the sport context: Assessing the darker side of athletic experience. *Journal of Sport ve Exercise Psychology*, 33(1), 75–102. doi:10.1123/jsep.33.1.75.

Bitner, M. J. (1990). Evaluating Service Encounters: The Effect of Physical Surrounding and Employee Responses, *Journal of Marketing*, 54, 69-82.

Boone, L., Vansteenkiste, M., Soenens, B., Van der Kaap-Deeder, J., ve Verstuyf, J. (2014). Self-critical perfectionism and binge eating symptoms: A longitudinal test of the intervening role of psychological need frustration. *Journal of Counseling Psychology*, 61(3), 363–373.

Bravo, G. A., Lee, C., & García-González, V. (2016). Flag football participants in Mexico and NFL consumption. *Managing Sport and Leisure*, 21(3), 124-141.

Browne, M. W., ve Cudeck, R. (1993). *Alternative Ways of Assessing Model Fit*. Newbury Park, CA: Sage.

Cadotte, E.R., Woodruff, R.B., ve Jenkins, R.L. (1987). Expectations and norms in models of consumer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 24 (3), 305–314. doi:10.2307/3151641.

Caro, L. M., ve García, J. A. M. (2007). Cognitive–affective model of consumer satisfaction. An exploratory study within the framework of a sporting event. *Journal of Business Research*, 60(2), 108-114.

Casper, J. (2007). Sport commitment, participation frequency and purchase intention, segmentation based on age, gender, income and skill level with US tennis participants. *European Sport Management Quarterly*, 7(3), 269-282.

Casper, J., ve Stellino, D. (2007). A sport commitment model perspective on adult tennis players' participation frequency and purchase intention. *Sport Management Review*, 10, 253-278.

Chen, B., Vansteenkiste, M., Beyers, W., Boone, L., Deci, E. L., Van der Kaap-Deeder, J., Duriez, B. Lens, W., Matos, L., Mouratidis, A., Ryan, R. M., Sheldon, K. M., Soenens, B., Van Petegem, S., & Verstuyf, J. (2015). Basic psychological need satisfaction, need frustration, and need strength across four cultures. *Motivation and emotion*, 39(2), 216-236.

Churchill, G.A., ve Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19 (4), 491–504. doi:10.2307/3151722.

Cordeiro, P., Paixao, P., Lens, W., Lacante, M., ve Luyckx, K. (2016). The Portuguese validation of the Basic Psychological Need Satisfaction and Frustration Scale: Concurrent and longitudinal relations to well-being and ill-being. *Psychologica Belgica*, 56(3), 193–209. doi:10.5334/pb.252.

Costa, S., Coppolino, P., ve Oliva, P. (2016). Exercise dependence and maladaptive perfectionism: The mediating role of basic psychological needs. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 14(3), 241–256.

Costa, S., Gugliandolo, M. C., Barberis, N., ve Larcan, R. (2016). The mediational role of psychological basic needs in the relation between conception of god and psychological outcomes. *Journal of Religion and Health*, 55(1), 1–15.

Costa, S., Soenens, B., Gugliandolo, M. C., Cuzzocrea, F., ve Larcan, R. (2015). The mediating role of experiences of need satisfaction in associations between parental psychological control and internalizing problems: A study among Italian college students. *Journal of Child and Family Studies*, 24(4), 1106–1116.

Cronin, J.J. Jr. ve Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Re-examination and Extension. *Journal of Marketing* 56, 55-68.

Deci E, Ryan R: Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. New York: Plenum; 1985:113–148.

Deci EL, Ryan R.M. (2000). The 'what' and 'why' of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry* 2000, 11:227–268.

Deci, E. L., Driver, R. E., Hotchkiss, L., Robbins, R. J., ve Wilson, I. M. (1993). The relation of mothers' controlling vocalizations to children's intrinsic motivation. *Journal of Experimental Child Psychology*, 155, 151–162.

Deci, E. L., Ryan, R. M., Gagne, M., Leone, D. R., Usunov, J., ve Kornazheva, B. P. (2001). Need satisfaction, motivation, and well-being in the work organizations of a former

eastern bloc country: A cross cultural study of self-determination. Personality and Social *Psychology Bulletin*, 27, 930–942.

Deci, E. L., ve Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. doi:10.1207/S15327965pli1104_01.

Deci, E. L., ve Ryan, R. M. (2014). *Autonomy and need satisfaction in close relationships: Relationships motivation theory*. In N. Weinstein (Ed.), Human motivation and interpersonal relationships: Theory, research, and applications (pp. 53–73). Dordrecht: Springer.

Dwyer, B., ve Drayer, J. (2010). Fantasy sport consumer segmentation: An investigation into the differing consumption modes of fantasy football participants. *Sport Marketing Quarterly*, 19, 207-216.

Edmunds, J., Ntoumanis, N., ve Duda, J. (2008). Testing a self-determination theory-baes teaching style intervention in the exercise domain. *European Journal of Social Psychology*, 38(2), 375–288. doi:10.1002/ejsp.463

Erdeveciler, Ö., Balcı, V., & Elmas, M. (2019). Spor Tüketimi Ölçeği Geliştirme Çalışması. *Sportif Bakış: Spor ve EğitimBilimleri Dergisi*, 6(SI1), 367-382.

Ersöz G. Hür İrade Kuramı. F.H. Aşçı (Ed.) *Egzersiz ve Spor Psikolojisinde Güdülenme Kuramlar, Kavramlar ve Uygulamalar*. Ankara: Spor Yayınevi. 2021, s.13-21.

Eurobarometer. (2018). *Sports and physical activity, Eurobarometer-472*. Brüksel, Belçika: Avrupa Komisyonu.

Felton, L., ve Jowett, S. (2015). On understanding the role of need thwarting in the association between athlete attachment and well/illbeing. *Scandinavian Journal of Medicine ve Science in Sports*, 25(2), 289–298.

Fernandes, N. E., Correia, A. H., Abreu, A. M., ve Biscaia, R. (2013). Relationship between sport commitment and sport consumer behavior. *Motricidade*, 9(4), 2-11.

Folkes, V. A. (1984). Consumer reactions to product failure, an attributional approach, *Journal of Consumer Research*, 10, 398-409.

Fortier MS, Sweet SN, O'Sullivan TL, Williams G.C. (2007). A self-determination process model of physical activity adoption in the context of a randomized controlled trial. *Psychology of Sport and Exercise*,8:741–757.

Funk, D. (2008). *Consumer behavior in sport and events: Marketing Action*. Oxford: Elsevier.

Funk, D., Mahony, D., ve Havitz, M. (2003). Sport consumer behavior: Assessment and direction. *Sport Marketing Quarterly*, 12(4), 200-205.

Gençay S (2004). *Üniversite öğrencilerinin spor taraftarlığıyla ilgili bir araştırma*. Doktora Tezi, Ankara, Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

George, D. and Mallery, P. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference 17.0 Update*. 10th Edition, Pearson, Boston.

Giese, J.L., ve Cote, J.A. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*. Retrieved May 7, 2022, from http://www.amsreview.org/articles/ giese01-2000.pdf.

Gillet, N., Fouquereau, E., Forest, J., Brunault, P., ve Colombat, P. (2012). The impact of organizational factors on psychological needs and their relations with well-being. *Journal of Business and Psychology*, 27(4), 437–450.

Gunnell, K. E., Crocker, P. R., Mack, D. E., Wilson, P. M., ve Zumbo, B. D. (2014). Goal contents, motivation, psychological need satisfaction, well-being and physical activity: A test of self-determination theory over 6 months. *Psychology of Sport and Exercise*, 15(1), 19–29.

Hein, V., Koka, A., ve Hagger, M. S. (2015). Relationships between perceived teachers' controlling behaviour, psychological need thwarting, anger and bullying behaviour in high-school students. *Journal of Adolescence*, 42, 103–114.

Inguglia, C., Ingoglia, S., Liga, F., Lo Coco, A., Lo Cricchio, M. G., Musso, P., Lim, H. J. (2016). Parenting Dimensions and Internalizing Difficulties in Italian and US Emerging Adults: The –431. Intervening Role of Autonomy and Relatedness. *Journal of Child and Family Studies*, 25(2), 419–431.

Inguglia, C., Ingoglia, S., Liga, F., Lo Coco, A., ve Cricchio, M. G. L. (2015). Autonomy and relatedness in adolescence and emerging adulthood: Relationships with parental support and psychological distress. *Journal of Adult Development*, 22(1), 1–13.

Jöreskog, K.G. (1969). A general approach to confirmatory maximum likelihood factor analysis. *Psychometrika* 34, 183–202. https://doi.org/10.1007/BF02289343

Kaplan, Y., & Akkaya, C. (2014). Spor kültürü ve Türkiye'de spor. *International Journal of Sport Culture and Science*, 2(Special Issue 2), 114-119.

Kasser, T., ve Ryan, R. M. (1993). A dark side of the American dream: Correlates of financial success as a central life aspiration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 410–422.

Kasser, T., ve Ryan, R. M. (1996). Further examining the American dream: Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 280–287.

Kasser, V. M., ve Ryan, R. M. (1999). The relation of psychological needs for autonomy and relatedness to health, vitality, well-being and mortality in a nursing home. *Journal of Applied Social Psychology*, 29, 935–954.

Kim, J. W., Magnusen, M., ve Kim, Y. K. (2014). A critical review of theoretical and methodological issues in consumer satisfaction research and recommendations for future sport marketing scholarship. *Journal of Sport Management*, 28(3), 338-355.

Kim, Y. K., ve Trail, G. (2011). A conceptual framework for understanding relationships between sport consumers and sport organizations: A relationship quality approach. *Journal of sport management*, 25(1).

Kinisa, G. R. O. (2019). The Effect of Customer Satisfaction on Sustainable Cash Flow in Urban Water Supply and Sanitation Authorities; A Case Study of Arusha Urban Water Supply and Sanitation Authority (AUWSA). *International Journal of Scientific and Research Publications*, 9(3), 169-178.

Kline, Rex. (2011). (3. Baskı). *Principles And Practice Of Structural Equation Modeling*. New York. Guilford Press

La Tour, S.A., ve Peat, N.C. (1979). Conceptual and method-ological issues in consumer satisfaction. *Advances in Consumer Research*. Association for Consumer Research (U.S.), 6 (1), 31–37.

Leroy, H., Anseel, F., Gardner, W. L., ve Sels, L. (2015). Authentic leadership, authentic followership, basic need satisfaction, and work role performance a cross-level study. *Journal of Management*, 41(6), 1677–1697.

Liga, F., Ingoglia, S., Inguglia, C., Lo Coco, A., Lo Cricchio, M. G., Musso, P., … Gutow, M. R. (2017). Associations Among Psychologically Controlling Parenting, Autonomy, Relatedness, and Problem Behaviors During Emerging Adulthood. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 151(4), 393–415.

Lopez F L, Lopez A O, Garate M R (2012). Sports spectatorship in Spain: Attendance and consumption. *European Sport Management Quarterly*, 12(3): 265 – 289.

Magnusen, M., ve Kim, Y. K. (2010). The effect of team identification and game satisfaction on revisit intention: A case of Korean Basketball League spectators. *International Journal of Human Movement Science*, 4(2), 23-47.

Mano, H., ve Oliver, R.L. (1993). Assessing the dimensionality and structure of the consumption experience: evaluation, feeling, and satisfaction. *Journal of Consumer Research*,20 (3), 451–466. doi:10.1086/209361.

Marsh, H. W., Hau, K. T., Artelt, C., Baumert, J. ve Peschar, J. L. (2006). OECD's Brief Self-Report Measure of Educational Psychology's Most Useful Affective Constructs: Cross-Cultural, Psychometric Comparisons across 25 Countries. *International Journal of Testing*, 6(4), 311-360.

Martinent, G., Guillet-Descas, E., ve Moiret, S. (2015). Reliability and validity evidence for the French Psychological Need Thwarting Scale (PNTS) scores: Significance of a distinction between thwarting and satisfaction of basic psychological needs. *Psychology of Sport and Exercise*, 20, 29–39.

Matsuoka, H., Chelladurai, P., ve Harada, M. (2003). Direct and interaction effects of team identification and satisfaction on intention to attend games. *Sport Marketing Quarterly,* 12(4).

Meir, R. (2000). Fan reaction to the match day experience: A case study in English Professional rugby league. *Sport Marketing Quarterly*, 9(1), 34-42.

Miner, M., Dowson, M., ve Malone, K. (2013). Spiritual satisfaction of basic psychological needs and psychological health. *Journal of Psychology ve Theology*, 41(4), 298–314.

Mouratidis, A., Michou, A., Sayil, M., Alp, A., Kocak, A., Cuvas, B., & Selcuk, S. (April, 2018). *In search of parsimony: Needs frustration as the flip side of needs satisfaction*. American Educational Research Association poster sunumu, New York.

Murcia, J., Roma´ n, M., Galindo, C., Alonso, N., ve Gonza´ lez-Cutre, D. (2008). Peers' influence on exercise enjoyment: A self-determination theory approach. *Journal of Sports Science and Medicine*, 7(1), 23–31.

Neale, L., ve Funk, D. (2006). Investigating motivation, attitudinal loyalty and attendance behaviour of Australian Football. *International Journal of Sports Marketing ve Sponsorship*, 7(4), 307-316.

Nishimura, T., ve Suzuki, T. (2016). Basic psychological need satisfaction and frustration in Japan: Controlling for big five personality traits. *Japanese Psychological Research*, 58, 320-331.

Olafsen, A. H. (2017). The implications of need-satisfying work climates on state mindfulness in a longitudinal analysis of work outcomes. *Motivation and Emotion*, 41(1), 22–37.

Oliver R. L. ve DeSarbo, W. S. (1988). Response Determinants in Satisfaction Judgment, *Journal of Consumer Research*, 14, 495- 507.

Oliver, R.L. (1977). Effects of expectation and disconfirmation on postexposure product evaluations: an alternative inter-pretation. *Journal of Applied Psychology*, 62(4), 480–486. doi:10.1037/0021-9010.62.4.480.

Oliver, R.L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17 (4), 460–469. doi:10.2307/3150499.

Özer, L. Ş. (1999). Müşteri Tatminine Yönelik Literatürdeki Kuramsal Tartışmalar. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 159-180.

Park, S. H., Mahony, D. F., Kim, Y., & Do Kim, Y. (2015). Curiosity generating advertisements and their impact on sport consumer behavior. *Sport Management Review*, 18(3), 359-369.

Pearce, P.L. (1991) Introduction, The Tourism Psychology, *Australian Psychologist* 26 (3):145-46.

Physical Activity Guidelines Advisory Committee: *Physical activity guidelines advisory committee report*. Washington DC: U.S. Department of Health and Human Services; 2008.

Pitts, B., ve Stotlan, K. (2002). *Fundamentals of sport marketing (2. basım)*. Morgantown: Fitness Information Technology.

Plunkett, J. (2008). *Plunkett`s Sport Industry Almanac 2008: Sport Industry Market Research, Statistics, Trends ve Leading Companies*. Houston, TX: Plunkett Research.

Radel, R., Pelletier, L., Pjevac, D., ve Cheval, B. (2017). The links between self-determined motivations and behavioral automaticity in a variety of real-life behaviors. *Motivation ve Emotion*, 41(4), 443–454. doi:10.1007/s11031-017-9618-6.

Redden J., ve Steiner, C. (2000). Fanatic consumers: Toward a framework for research. *Journal of Consumer Marketing*, 17(4), 322-337.

Rodrigues, F., Bento, T., Cid, L., Neiva, H. P., Teixeira, D., Mouta˜ o, J., Monteiro, D. (2018). Can interpersonal behavior influence the persistence and adherence to physical exercise practice in adults? A systematic review. *Frontiers in Psychology*, 9, 2141. doi:10.3389/fpsyg.2018.0214

Rodrigues, F., Hair Jr, J. F., Neiva, H. P., Teixeira, D. S., Cid, L., ve Monteiro, D. (2019). The basic psychological need satisfaction and frustration scale in exercise (BPNSFS-E): Validity, reliability, and gender invariance in Portuguese exercisers. *Perceptual and Motor Skills*, 126(5), 949-972.

Ryan RM, Deci EL: *Overview of self-determination theory: An organismic dialectical perspective*. In: Handbook of Self-Determination Research. Edited by Deci EL, Ryan RM. Rochester, NY: Rochester University Press; 2002: 3–33.

Ryan, R. M., Bernstein, J. H., ve Brown, K. W. (2010). Weekends, work, and well-being: Psychological need satisfactions and day of the week effects on mood, vitality, and physical symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 29, 95–122.

Ryan, R. M., ve Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.

Ryan, R., ve Deci, E. (2017). *Self-determination theory. Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. New York: Guildford Press.

Sarantakos, S. (1993) *Social Research*. MacMillan Education Australia, Brisbane.

Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., ve Müller, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research*, 8(2), 23–74.

Sebire, S. J., Standage, M., ve Vansteenkiste, M. (2009). Examining intrinsic versus extrinsic exercise goals: Cognitive, affective, and behavioral outcomes. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 31(2), 189–210.

Shank, M. (2004). *Sports marketing: A strategic perspective*. New Jersey: Prentice Hall.

Sheldon KM, Abad N, Hinsch C. (2011). A two-process view of Facebook use and relatedness need-satisfaction: disconnection drives use, and connection rewards it. *Journal of Personality and Social Psychology*. 100:766.

Sheldon, K. M., ve Hilpert, J. C. (2012). The balanced measure of psychological needs (BMPN) scale: An alternative domain general measure of need satisfaction. *Motivation and Emotion*, 36(4), 439–451.

Sheldon, K. M., ve Kasser, T. (1995). Coherence and congruence: Two aspects of personality integration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 531–543.

Silva M.N., Vieira P.N., Coutinho S.R., Minderico C.S., Matos M.G., Sardinha L.B. ve Teixeira P.J. (2010). Using self-determination theory to promote physical activity and weight control: a randomized controlled trial in women. *Journal of Behavioral Medicine*, 33:110–122.

Spreng, R. A, Mackenzie, S. B. ve Olshavsky, R. W. (1996). A reexamination of the determinants of consumer satisfaction, *Journal of Marketing*, 60, 15-32.

Standage, M., Duda, J. L., ve Ntoumanis, N. (2005a). A test of self-determination theory in school physical education. *British Journal of Educational Psychology*, 75, 411–433.

Stewart, B., Aaron, C., Smith, T., ve Nicholson, M. (2003). Sport consumer typologies: A critical review. *Sport Marketing Quarterly*, 12(4), 206-216.

Swan, J. ve Oliver, R.L. (1989). Consumers Perception of Interpersonal Equity and Satisfaction in Transaction: A Field Survey Approach. *Journal of Marketing*, 53, 21-35.

Teixeira, P. J., Carraca, E. V., Markland, D., Silva, M. N., ve Ryan, R. M. (2012). Exercise, physical activity, and self-determination theory: A systematic review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 9, doi:10.1186/1479-5868-9-78.

Thibaut, J.W., ve Kelly, H.H. (1959). *The social psychology of groups*. New York: Wiley.

Thogersen-Ntoumani, C., Shepherd, S., Ntoumanis, N., ve Wagenmakers, S. (2015). Intrinsic motivation in two exercise interventions: Associations with fitness and body composition. *Health Psychology*, 35(2), 195–198. doi:10.1037/hea0000260.

Trail, T., Robinson, M., ve Kim, Y. (2008). Sport consumer behavior: A test for group differences on structural constraints. *Sport Marketing Quarterly*,17, 190-200.

Tse, D.K., ve Wilton, P.C. (1988). Models of consumer sat-isfaction formation: an extension. *Journal of Marketing Research*, 25 (2), 204–212. doi:10.2307/3172652.

Üzüm, H., Osmanoğlu, H., Özen, G., Polat, E., & Sönmezoğlu, U. (2014). Study on motives of university students for watching sport events (sırnak province case study). *International Journal of Sport Culture and Science*, 2(Special Issue 1), 241-254.

Van der Kaap-Deeder, J., Vansteenkiste, M., Soenens, S., Loeys, T., Mabbe, E., ve Gargurevich, R. (2015). Autonomy-supportive parenting and autonomy-supportive sibling interactions: The role of mothers' and siblings' psychological need satisfaction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 41, 1590-1604.

Van Leeuwen, L., Quick, S., ve Daniel, K. (2002). The sport spectator satisfaction model: A conceptual framework for understanding the satisfaction of spectators. *Sport Management Review*, 5(2), 99-128.

Vansteenkiste, M., Simons, J., Lens, W., Sheldon, K. M., ve Deci, E. L. (2004). Motivating learning, performance, and persistence: the synergistic effects of intrinsic goal contents and autonomy-supportive contexts. *Journal of personality and social psychology*, 87(2), 246.

Vansteenkiste, M., ve Ryan, R. M. (2013). On psychological growth and vulnerability: Basic psychological need satisfaction and need frustration as a unifying principle. *Journal of Psychotherapy Integration*, 23(3), 263–280.

Weiner, B. (1992). *Human motivation: Metaphors, theories, and research*. Newbury Park, CA: Sage.

Weiss, W., ve Weiss, M. (2006). A longitudinal analysis of commitment among competitive female gymnasts. *Psychology of Sport and Exercise*,7, 309-323. doi: 10.1016/j.psychsport.2005.08.010.

Westbrook, R. A., ve Reilly, M. D., (1983). *Value-Percept disparity: an alternative to the disconfirmation of expectations theory of customer satisfaction*, in Bogozzi, P. R. and Tybouts, A. (eds) Advances in Consumer Research, Association for Consumer Research, 10, Ann Arbor, MI: 256-61.

Westerbeek, H., ve Smith, A. (2003). *Sport business in the global marketplace*. New York: Palgrave Macmillan.

Williams N, Whipp P.R., Jackson B., Dimmock J.A. (2013) Relatedness support and the retention of young female golfers. *Journal of Applied Sport Psychology*, (412):430.

Wilson P.M., Rogers W.T., Rodgers W.M., Wild T.C. (2006). The psychological need satisfaction in exercise scale. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 28:231–251.

Wilson, P. M., ve Rodgers, W. M. (2004). The relationship between perceived autonomy support, exercise regulations and behavioral intentions in women. *Psychology of Sport ve Exercise*, 5, 229–242.

Yi, Y. (1991). *A Critical Review of Consumer Satisfaction*. In: Zeithaml V. A. (Ed.), Review of Marketing (68-123). Chicago, IL: American Marketing Association.

EKLER

EK 1: Kişisel Bilgi Formu

Cinsiyetiniz ( ) Erkek ( ) Kadın

Yaşınız (.....)

Ortalama geliriniz (TL/Ay) ( ) 4250 altı ( ) 4250-6500 ( ) 6500-12000
( ) 12000 üzeri

Spora/fiziksel aktiviteye aktif katılımınız ( ) Hiç ( ) Ayda bir veya daha seyrek ( ) 15 günde bir
( ) Haftada bir ( ) Haftada birkaç kez ( ) Her gün

Spora seyirci olarak katılımınız ( ) Hiç ( )Ayda bir veya daha seyrek ( )15 günde bir
( ) Haftada bir ( ) Haftada birkaç kez ( ) Her gün

En çok hangi sportif fiziksel aktiviteye / spor branşına ilgi duyuyorsunuz?
(.....)

EK 2: Temel Psikolojik İhtiyaçlarin Doyumu Ve Tatminsizliği Ölçeği

Bu anket çalışması Prof. Dr. Bilge DONUK danışmanlığında Mehmet HOCAOĞLU tarafından 'Temel Psikolojik İhtiyaçların Spor Tüketimi ve Katılım Sıklığı Bakımından İncelenmesi: Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması' konulu araştırma amacıyla gerçekleştirilmektedir. Elde edilen veriler bilimsel amaç dışında kullanılmayacak ve başka bir kurum veya kişi ile paylaşılmayacaktır.

Prof. Dr. Bilge DONUK *Mehmet HOCAOĞLU*

1	2	3	4	5
Kesinlikle katılmıyorum				**Tamamen katılıyorum**

Fiziksel aktivite / spor sırasında...

1.	...Üstlendiğim şeyleri özgürce seçebildiğimi hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
2.	...Kararlarımın gerçekten ne istediğimi yansıttığını hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
3.	...Tercih ettiğim şeyler gerçekten kim olduğumu gösterir.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
4.	...Gerçekten ilgimi çeken şeyleri yaptığımı hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
5.	...Yaptığım şeylerin çoğunu "yapmak zorundaymışım" gibi hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
6.	...Yapmak istemeyeceğim pek çok şeyi yapmak zorundaymışım gibi hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
7.	...Çok fazla şey yapma konusunda baskı hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
8.	...Egzersizler art arda gelen zorunluluklarmış gibi hissettiriyor.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
9.	...Önemsediğim insanların da beni önemsediğini hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
10.	...Önemsediğim ve beni önemseyen insanlara bağlı olduğumu hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
11.	...Benim için önemli olan diğer insanlara yakın ve bağlı hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
12.	...Birlikte zaman geçirdiğim insanlarla samimi duygular içindeyim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
13.	...İçinde olmak istediğim gruptan dışlandığımı hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
14.	...Benim için önemli olan insanların bana karşı soğuk ve mesafeli olduğunu hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
15.	...Zaman geçirdiğim insanların beni sevmedikleri izlenimine sahibim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
16.	...Kurduğum ilişkilerin yüzeysel olduğunu hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
17.	...Bir şeyleri iyi yapabileceğim konusunda kendime güvenirim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
18.	...Yaptığım şeylerde kendimi yeterli hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
19.	...Hedeflerime ulaşmak için yeterli olduğumu hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
20.	...Zor görevleri başarıyla tamamlayabileceğimi hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
21.	...Egzersizleri iyi yapıp yapamayacağım konusunda ciddi kuşkularım var.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
22.	...Yaptığım şeylerin çoğunda hayal kırıklığına uğradığımı hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
23.	...Yeteneklerim konusunda güvensizlik hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
24.	...Yaptığım hatalar yüzünden kendimi başarısız biri gibi hissederim.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**

EK 3: Spor Tüketimi Ölçeği

Değerli Katılımcılar,

Bu bölümde spor tüketiminize ilişkin bazı ifadeler yer almaktadır. Bu ifadeleri okuduktan sonra ifadelere katılma düzeyinizi içeren karşılıklara her satırda lütfen yalnız bir seçeneğe (X) işareti koyunuz.

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne de Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	Medya Tüketimi					
1	Sporu televizyondan takip ederim.					
2	Sporu dergi veya gazetelerden takip ederim.					
3	Spor günceli için interneti kullanırım.					
4	Spor içerikli mobil uygulamalar kullanırım.					
	Sportif Ürün Tüketimi					
5	Spor kıyafetleri satın alırım. (Eşofman, Forma, Ayakkabı…)					
6	Spor malzemeleri satın alırım. (Top, Raket, Ağırlıklar...)					
7	Satın almada markalı spor ürünlerini tercih ederim.					
8	Internet üzerinden spor ürünleri satın alırım.					
	Etkinlik Tüketimi					
9	En az bir spor kulübüne üyeyim.					
10	Bir egzersiz salonuna düzenli olarak giderim.					
11	Üye olduğum spor topluluklarının etkinliklerine katılırım.					
12	En az bir taraftar topluluğuna veya derneğine üyeyim.					
13	Bir spor kulübünde spor yaparım.					

İNTİHAL RAPORU İLK SAYFASI

TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLARIN SPOR TÜKETİMİ VE KATILIM SIKLIĞI BAKIMINDAN İNCELENMESİ: GEÇERLİK VE GÜVENİLİRLİK ÇALIŞMASI

ORİJİNALLİK RAPORU

%13	%12	%4	%5
BENZERLİK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	acikbilim.yok.gov.tr İnternet Kaynağı	%2
2	acikerisim.nigde.edu.tr İnternet Kaynağı	%1
3	dergipark.org.tr İnternet Kaynağı	%1
4	burkonturizm.com İnternet Kaynağı	%1
5	www.tandfonline.com İnternet Kaynağı	%1
6	9lib.net İnternet Kaynağı	<%1
7	Submitted to The Scientific & Technological Research Council of Turkey (TUBITAK) Öğrenci Ödevi	<%1
8	nek.istanbul.edu.tr:4444 İnternet Kaynağı	<%1

ETİK KURUL İZİN YAZISI

☒ **Etik Kurul izni gerekmektedir.**

☐ **Etik Kurul izni gerekmemektedir.**

Mehmet HOCAOĞLU

KURUM İZNİ YAZILARI

☐ **Kurum izni gerekmektedir.**

☒ **Kurum izni gerekmemektedir.**

Mehmet HOCAOĞLU