



İstanbul
GEDİK
Üniversitesi
2651-5202

*Sağlık ve Spor
Bilimleri Dergisi*

JHSS

Journal of Health
& Sport Sciences

Cilt: 2 - Sayı: 3 - Yıl: 2019

İstanbul Gedik Üniversitesi / İstanbul Gedik University
Sağlık ve Spor Bilimleri Dergisi / Journal of Health and Sport Sciences
(JHSS)

2019 Aralık Cilt: 2 Sayı: 3

JHSS, yılda üç kez yayımlanan hakemli dergidir.

JHSS is a peer-reviewed journal published three times a year.

Dili: Türkçe – İngilizce Language: Turkish – English

ISSN: 2651-5202

İMTİYAZ SAHİBİ / PUBLISHER

Nihat Akkuş, Professor

İstanbul Gedik Üniversitesi

YÖNETİCİ / MANAGER

Gülperen Kordel

İstanbul Gedik Üniversitesi

YAYIN KOORDİNATÖRÜ / PUBLICATION COORDINATOR

Dilşat Kanat

İstanbul Gedik Üniversitesi

YAYIN KURULU / EDITORIAL BOARD

Editör / Editor

Dr. M. Yavuz Taşkiran

Editör Yardımcıları / Associate Editors

Dr. Ayla Taşkiran / Dr. Nilay Utlu

Contact: İstanbul Gedik Üniversitesi
Cumhuriyet Mahallesi İlkbahar Sokak No: 1-3-5
Yakacık 34876 Kartal, İstanbul, Turkey
+90 216 444 5 438 Sağlık ve Spor Bilimleri Dergisi (JHSS)
<https://www.gedik.edu.tr/akademik-birimler/akademik-yayinlar/SSB-dergisi>
jhss@gedik.edu.tr

Yayın Kurulu / Editorial Board

Dr. Abdurrahman Aktop	Akdeniz Üniversitesi
Dr. Atakan Çağlayan	İstanbul Gedik Üniversitesi
Dr. Ayşe Belgin Aksoy	Gazi Üniversitesi
Dr. Belma Tuğrul	Aydın Üniversitesi
Dr. Billur Çakırer	İstanbul Gedik Üniversitesi
Dr. Caner Açıkkada	European University of Lefke
Dr. Dilara Fatoş Özer	İstanbul Gedik Üniversitesi
Dr. Elvan Yılmaz	Sağlık Bilimleri Üniversitesi
Dr. Gülşah Şahin	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Dr. Güven Erdil	Marmara Üniversitesi
Dr. H. Levent Gül	İstanbul Gedik Üniversitesi
Dr. Handan Doğan	Maltepe Üniversitesi
Dr. Hasan Kasap	İstanbul Bilgi Üniversitesi
Dr. Hayrettin Mutlu	İstanbul Gedik Üniversitesi
Dr. Lale Orta	Okan Üniversitesi
Dr. M. Kamil Özer	İstanbul Gedik Üniversitesi
Dr. Meliha Kırkıncioğlu	İstanbul Gedik Üniversitesi
Dr. Murat Bilge	Kırıkkale Üniversitesi
Dr. Mustafa F. Acar	Girne Amerikan Üniversitesi
Dr. Mustafa Yağımlı	İstanbul Gedik Üniversitesi
Dr. Neriman Aral	Ankara Üniversitesi
Dr. Nükhet İşiten	İstanbul Gedik Üniversitesi
Dr. Oğuz Karamızrak	Ege Üniversitesi
Dr. Rengin Zembat	Maltepe Üniversitesi
Dr. Salih Pınar	Marmara Üniversitesi
Dr. Sefer Ada	İstanbul Gedik Üniversitesi
Dr. Serkan Esen	İstanbul Gedik Üniversitesi
Dr. Tuna Uslu	İstanbul Gedik Üniversitesi
Dr. Turgay Biçer	Marmara Üniversitesi
Dr. Ümit Kesim	Emekli Öğretim Üyesi

Sağlık ve Spor Bilimleri Dergisi / Journal of Health and Sport Sciences (JHSS)

2019 Aralık Cilt:2 Sayı: 3 Hakemleri

Prof. Dr. Serap İnal	Bahçeşehir Üniversitesi
Prof. Dr. Metin Vehbi Sayın	Celal Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. Faruk Yamaner	Hitit Üniversitesi
Doç. Dr. Nurper Özbar	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Cem Çetin	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Reşat Sadık	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Menşure Aydın	Haliç Üniversitesi
Doç. Dr. Tuna Uslu	İstanbul Gedik Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nilay Utlu	İstanbul Gedik Üniversitesi

Amacı ve Kapsamı

Sağlık ve Spor Bilimleri Dergisi (JHSS) 2018 Aralık ayından itibaren yayın hayatına başladı. Derginin amacı sağlık ve spor alanındaki araştırmacılara, bilim insanlarına ve öğrencilere hizmet etmektir. Sağlık ve Spor Bilimlerinde özgün araştırma ve derlemeleri yayınlayarak alana katkı sağlamak, disiplinler arası çalışmaları teşvik etmek bu derginin amaçları arasındadır.

Yayın Kuralları

İstanbul Gedik Üniversitesi Sağlık ve Spor Bilimleri Dergisi, yılda üç kez yayımlanan, açık erişimli uluslararası hakemli dergidir. Yayın dili Türkçe ve İngilizcedir. Türkçe gönderilen çalışmalarda İngilizce bir özet olmalıdır.

Sağlık ve Spor Bilimlerinde özgün araştırma ve derlemeleri yayımlayarak alana katkı sağlamak, disiplinler arası çalışmaları teşvik etmek bu derginin amaçları arasındadır.

Sağlık ve Spor, günlük yaşamlarda son derecede önemli içeriklere sahiptir. Bir taraftan sağlıklı bir nesil yetiştirmek ve onları egzersizlerle korumak amaçlanırken, sektörel değerlere sahip olması için çok yönlü inceleme ve araştırmaların yapılma gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu alanlar içinde yer alan birçok konu çalışma olarak dergimizin sayfalarında yer alacaktır.

Özgün araştırma ve teorik makaleler, istatistiksel analizler, örnek olaylar, vaka çalışmaları ve kitap eleştirileri de yayın olarak kabul edilmektedir.

Dergiye yayımlanmak amacıyla gönderilen çalışmaların daha önce başka bir yayın organında yayımlanmamış olması ya da yayımlanma aşamasında bulunmaması gerekir. Değerlendirme sürecine girmiş olan eserler bu süreç zarfında herhangi başka bir yayın organına gönderilmemelidir. Çalışma eğer bir proje sonunda ortaya çıkmışsa projenin ismi, destekleyen kurum, başlangıç ve bitiş tarihleri ve nerede yapıldığı yazılmalıdır.

Gönderilen makale herhangi bir bilimsel toplantıda tebliğ olarak sunulmuşsa, bunun bilgisi makalede belirtilmelidir.

Dergiye eserleri ile katkı sunan araştırmacı ve yazarlar bilimsel araştırma ve yayın etiğine uymalıdır.

İçindekiler

1. Gıdalarda Sıklıkla Kullanılan Doğal ve Yapay Tatlandırıcıların Sağlık Üzerine Etkileri / **Health Effects of Natural and Artificial Sweeteners Frequently used in Foods**
Gözde Budak, Erdem Tezcan74-78
2. Wingate Anaerobik Bisiklet Testi İle Tek Bacak Basamak Testinin ve Pediatrik Koşu Tabanlı Anaerobik Sprint Testinin Karşılaştırılarak İncelenmesi / **Comparison of Wingate Anaerobic Cycling Test with Single Leg Step Test and Pediatric Running-Based Anaerobic Sprint Test**
Mevlüt Ağır, M. Kamil Özer79-87
3. Futbol Antrenörlerinde Tutkunluk, Mükemmeliyetçilik ve Esenlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi / **Examination of the Relationship Among Passion, Perfectionism and Wellness in Football Coaches**
Murat Madan, Cengiz Karagözoğlu.....88-98
4. Türkiye’de 6-12 Yaş Futbolunun (Grassroots) Geliştirme ve Sürdürülmesine Yönelik Model Önerisi / **6-12 Age Football (Grassroots) Development and Maintenance Model in Turkey**
Serkan Esen, Tuna Uslu.....99-108
5. Sağlıklı Yaşam Pazarlaması Açısından Kamu Spotları: “Obezite ile Mücadele Hareketi Kampanyası” Örnek Olay İncelemesi / **Public Service Announcements in Wellness Marketing: "Obesity Struggle Movement Campaign" Case Study**
Nevin Karabıyık Yerden.....109-117

Gıdalarda Sıklıkla Kullanılan Doğal ve Yapay Tatlandırıcıların Sağlık Üzerine Etkileri

Gözde BUDAK¹, Erdem TEZCAN^{2}*

¹ Kocaeli Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi, Biyoloji Bölümü,

² İstanbul Gedik Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü,

*Sorumlu Yazar: erdem.tezcan@gedik.edu.tr

Gönderilme Tarihi: 17.05.2019 – Kabul Tarihi: 08.08.2019

Öz

Gıda endüstrisinde kullanılan iki tip tatlandırıcı mevcuttur bunlar bitki kaynaklı doğal tatlandırıcılar ve sentetik tatlandırıcılardır. Doğal tatlandırıcı maddeler, sağlık üzerinde herhangi bir olumsuz etkiye sahip olmadıkları için sentetik tatlandırıcı maddelere göre daha çok tercih edilir. Doğal tatlandırıcılar, diyabetik hastalar için yararlı maddelerdir. Bu derleme gıda sektöründe en çok kullanılan doğal ve yapay tatlandırıcıların sağlık üzerine etkilerinin gözden geçirilmesini amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Doğal tatlandırıcılar, yapay tatlandırıcılar, aspartam, sakarin

Health Effects of Natural and Artificial Sweeteners Frequently Used in Foods

Abstract

There are two types of sweeteners used in the food industry: plant-based natural sweeteners and synthetic sweeteners. Natural sweetening agents are more preferred than synthetic sweeteners because they do not have any negative effect on health. Natural sweeteners are useful substitutes for diabetic patients. This review aims to review the health effects of the most common natural and artificial sweeteners in the food sector.

Keywords: natural sweeteners, artificial sweeteners, aspartame, saccharin

1. Giriş

İnsanoğlu, dünyayı beş temel duyu aracılığıyla deneyimleyerek girdileri akıl ve duyu ile yorumlamaktadır. Bu koşul, insanların bazı uyaranları tercih etmelerini ve diğer olumsuz hislerden nefret etmelerini sağlar. Tat ile ilgili olarak, çocukların diğer temel tatlar üzerinde tatlı tadı tercih ettikleri ve yaşla değişebilse de tatlı tadı hala ekşi ve acılığa göre tercih edilen, insanlık için en çok istenen lezzetlerden biridir. Ayrıca yapılan çalışmalar şeker özleminin genetik olabileceğini kanıtlamış ve bazı bireylerin tatlı yiyeceklerin aşırı tüketiminin olumsuz etkileriyle mücadele etmesini sağlamıştır. Gıda endüstrisi, tüketicileri ürünlerini tüketmeye teşvik etmek için yeni yollar bulmuş ve çeşitli gıda ürünlerinin kümülatif tüketiminin potansiyel sağlık etkilerine daha az dikkat etmektedirler (Hert vd., 2014). Aşırı şeker alımının artmış enerji alımına neden olduğu ve bunun da kilo alımı ve obezite ve diş çürüğü ile ilişkili kronik hastalıklara yol açabileceği kabul edilmektedir ve bu nedenle şeker alımını azaltmak için, 1800'lerde tatlandırıcılar ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda, özellikle aşırı kilolu kişilerde kalori alımını azaltmaya yardımcı olabilecek tatlandırıcılara ihtiyaç vardır (Priya vd., 2011). Başlangıçtan beri, tatlandırıcılar uzun bir yol katettiler ve bir dönem gıda endüstrisinin en önemli başarılarından biri olarak kabul edilirken, birçok tartışma, çelişen düzenleme ve yasalar onları yiyecek haline getirmek için gıdaya eklenen güvenilmeyen moleküller olarak gördüler. Şeker tüketimine bağlı hastalıkların artan prevalansı ile birlikte, tatlandırıcılar artık gıda maddelerinde yaygın hale gelmiştir. Tatlandırıcı potansiyelleri, sağlık, ekonomi ve sosyal bilgiler üzerindeki etkileri açısından oldukça araştırılmaktadır (Corocho vd., 2017). Bu derleme, yapay ve doğal tatlandırıcıların yarar ve zararları gözden geçirmekte ve gıda endüstrisinde kullanılan tatlandırıcıların gelecekteki eğilimlerini ortaya koymaktadır.

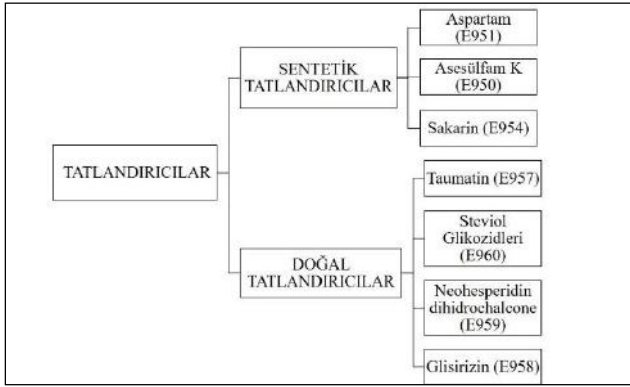
2. Yapay tatlandırıcılar

Yapay tatlandırıcılar Gıda ve İlaç Dairesi (FDA) tarafından Gıda, İlaç ve Kozmetik Yasası ve birçok değişiklik çerçevesinde düzenlenir. FDA, gıda bileşenlerinin olması beklenen tüm yeni maddelerle ilgili verileri gözden geçirmektedir. FDA, hazırlanan gıdalarda veya masa üstü tatlandırıcılar olarak bir gıda katkı maddesinin formunu sınırlayabilir. Bir maddenin güvenli olduğunu veya olmadığını göstermek FDA yükümlülüğündedir. Ürün pazarlandığında, FDA genellikle doğurganlık, üreme, fetal gelişim, teratojenisite, karsinojenisite ve mutajenite üzerindeki etkileri kapsayan kronik toksisiteye odaklanmakla birlikte, sinir sistemi, kardiyovasküler sistem ve diğer organ fonksiyonları üzerindeki akut etkilerin değerlendirilmesi de gereklidir. Epidemiyolojik değerlendirme veya risk değerlendirmesi, genel popülasyonda ve özellikle tek tek alt gruplarda standart alım seviyesine kıyasla doğru bir tatlandırıcı alımı tahminini gerektirir. Bugüne kadar, FDA tarafından beklemede olan, çeşitli gıdalarda kullanılmak üzere beş şeker onaylanmıştır. Amerika'da, şeker olarak kullanılan

en yaygın üç ana bileşik, sakarin, aspartam ve sukralozdur. Diğer birçok ülkede, suni tatlandırıcı ve bitkisel tatlandırıcı stevia yaygın olarak kullanılmaktadır (Whitehouse vd., 2008).

Şekil 1'de gösterilen ve gıda katkı maddeleri olarak kabul edilen tatlandırıcılar, gıdada düşük miktarlarda kullanılan, ihmal edilebilir kalori katkısı ve yüksek tatlandırma kapasitesine sahiptir. Genellikle, kariojenik değildir ve glisemik yanıtı tetiklemez, bu nedenle diyabet hastaları ve kalori alımının kontrol edilmesi gereken diğer özel durumlar için hipokalorik diyetlerde yaygın olarak kullanılır. Yapay tatlandırıcılar, ABD'de gıda katkı maddeleri olarak şeker alternatifleri olarak kullanılmaktadır. Yapay tatlandırıcılar şekerden daha tatlı oldukları için şekerden daha az miktarda kullanılıp son ürüne neredeyse hiç kalori vermez. Yapay tatlandırıcılar, mükemmel bir alternatif gibi görünse de yeni araştırmalar kronik tüketimin değişmiş bir glukoz metabolizmasına yol açabileceğini göstermiştir. Tatlandırıcı maddeler reçel, çikolata, şekerleme, dondurma, kek, şeker, meyve suları, meşrubat, meşrubat, sakız ve daha birçok gıda maddesini hazırlamak için kullanılır (Priya vd., 2011).

Yapay tatlandırıcı tüketimi, kilo alımı, obezite ve tip II diyabet riskinin artması ile ilişkilendirilmiştir. İki tip diyabet vardır. Tip I ve tip II. Tip I diyabet genellikle çocukluk ve ergenlik döneminde tanısı konan bir otoimmün durumdur. Tip II diyabet insülin direncinden kaynaklanır ve obez hastalarda daha sık görünür. Tip II diyabetin çoğunlukla erişkinlerde tanı konulduğu düşünülmüş, ancak son zamanlarda obez çocuklarda ve ergenlerde sık görülen bir tanı olmuştur. Günümüzde tahminen 23 milyon insana diyabetes mellitus tanısı konmuştur. Teşhis edilenlerden sadece %5'i tip I geriye kalan %95'i ise Tip II diyabete sahip hastalardır (Sanyaolu vd., 2018). Dünyada en çok kullanılan tatlandırıcı doğal madde, sofr şeker olarak da bilinen sakarozdur. Ayrıca, sakarozun çok hızlı emilimi, glisemik değerleri baştan çıkararak hormonal problemlere neden olabileceği için bazı diyabetik hastalar tarafından tüketilmesi tehlikelidir. Bazı hastalıklar ve bozukluklar da şeker tüketimi ile ilişkilidir; bunlar arasında kardiyovasküler hastalıklar (koroner), metabolik sendrom, hipertrigliseridemi, insülin direnci, kanser (meme, kolon), obezite, çocukluk çağı obezitesi, hipertansiyon ve böbrek hastalıkları bulunmaktadır (Bostick vd., 1994; Grundy, 1999; Johnson vd., 2007; Ludwig vd., 2001; Mente vd., 2009; Slatery vd., 1997; Stanhope vd., 2013; Touger-Decker and van Loveren, 2003; Yang vd., 2014). Dünyadaki en çok kullanılan tatlandırıcılar arasında aspartam, asesülfam K, Sakarin (FDA tarafından genel olarak güvenli kabul edilen), sukraloz ve daha fazlası bulunmaktadır. Son zamanlarda ise steviol glukozitler kullanılmaktadır.



Şekil 1: Gıda katkı maddeleri olarak kabul edilen tatlandırıcılar (Corocho vd., 2017)

Sanayide kullanılan tatlandırıcılar arasında en dikkate değer olanlar, asesülfam K (E950), aspartam (E951), sakarin (E954) ve sukraloz (E955) tatlandırıcılarıdır. Son çalışmalar, besleyici olmayan tatlandırıcıların şaşırtıcı bir şekilde tip 2 diyabet riski ve 3 potansiyel mekanizma yoluyla kilo alımı ile ilişkili olabileceğini göstermektedir. Bu mekanizmalar; a) glikoz ve enerji homeostazisini kontrol eden öğrenilmiş cevaplara müdahale, b) bağırsak mikrobiyota ile girişim, indüklemeye glukoz intoleransı, c) insülin sekresyonunu tetikleyebilen tad reseptörleri ile etkileşim (Murray vd., 2016; Pepino, 2015).

2.1. Aspartam (E951)

1965'te keşfedilen Aspartam (E951) amino asitler, yani L-fenilalanin, L-aspartik asit kombinasyonu ile elde edilir ve metil ester bağları ile bağlanır. Suda çözünürlüğü çok düşük olan suda ve stabil olmayan düşük pH'lı meyve suları gibi içeceklerde kullanılamaz ve uzun süreli ısı ve pastörizasyon işlemlerine karşı dayanıklı değildir. Bu özelliği ile sakkarin ve asesülfam K'den bile daha yüksek stabiliteye sahiptir. Ayrıca, uzun süreli kullanımda toksisite ve hepatoselüler değişiklik raporları vardır. Aspartamın 6'dan daha yüksek bir pH değerine sahip gıdalarda kullanılmasının, karsinojenik bir bileşik olan diketopiperazine dönüşmesini sağlayabileceği düşünülmelidir. Aspartam, içecekler, yoğurtlar, tatlılar ve fırınlanmış ürünlerde kullanılır. Düşük kalorili bir tatlandırıcı olmasına ve glisemik kontrol üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmamasına rağmen, diyabetik hastalara aspartamın bağımlı ve diyabet hastalarının metabolizması üzerinde hem zararlı hem de faydalı etkileri olduğunu gösterdiği için sadece minimum miktar tüketmesi önerilir (9). Aspartam çalışmaların ilgi odağı olmuştur. Yaygın olarak güvenli kabul edilmesine rağmen murin modeller üzerinde yapılan çalışmalarda kanser, tip II diyabet ve sinir hasarına neden olduğu bildirilmiştir (Ashok vd., 2013; Fagherazzi vd., 2013). Özellikle, aspartam diyabet, baş ağrısı, nöbet, depresyon, artrit ve diğer tıbbi durumların şiddetlenmesi ile bağlantılıdır.

2.2. Asesülfam K (E950)

Asesülfam K (E950), asesülfamın potasyum tuzuna tekabül eder ve 1967 yılında keşfedilmiştir (Corocho vd., 2017). 2003 yılında FDA tarafından çok amaçlı bir tatlandırıcı olarak kabul edilmiştir. Tatlandırıcı gücü nedeniyle en çok kullanılan sentetik tatlandırıcılardan biridir. Birçok çalışma, 2000 yılına kadar olan diğer çalışmaların bir tür toksisiteye işaret etmesine rağmen

zararsız olduğunu belirtmiştir (Corocho vd., 2017). Asesülfam potasyumun kendisi tarafından hiçbir glisemik etkisi yoktur ve ticari olarak temin edilebilir. Asesülfam K, pişmiş ürünler, tahıllar, tatlılar, şekerleme ürünleri, marmelatlar, konserve yiyecekler ve meyveler, sakızlar ve masa üstü tatlandırıcılar olarak kullanılır. Asesülfam K ve diğer sentetik tatlandırıcılar ile ilgili yeni bir problem, popülasyonlar tarafından tüketilen ve sulak alanlara atılan yüksek miktarlar göz önüne alındığında çevredeki her yerde bulunmalarıdır. Bu nedenle birçok araştırmacı bu kirletici maddeyi eksiğe hale getirmek için yeni yollar bulmaya çalışmaktadır. Çünkü metabolizmanın yetersizliği nedeniyle vücutta metabolize edilmez ve böbrek tarafından değişmeden atılır (Chorocco vd., 2017).

2.3. Sakarin (E954)

Sakarin, şeker yerine yaygın olarak kabul edilen yapay bir tatlandırıcıdır. 1878'de ilk keşfedilen tatlandırıcıdır. Bu bileşik düşük pH'da stabildir ve yüksek sıcaklıklara dayanır, bu da onu gıdaların üretim aşamalarında ve uzun ömürlü ürünler için kullanılacak ideal bir tatlandırıcı yapar (Chorocco vd., 2017). Özellikle diyabetik hastalar için en önemli ve yaygın olarak kullanılan tatlandırıcıdır, çünkü insan sindirim sistemi yoluyla doğrudan sindirilmeden gider (Amin vd., 2016). Her ne kadar sakarin kapsamlı bir şekilde araştırılmış olsa da araştırmaların çoğu çelişkili raporlar üretmiştir. Çalışmalar, daha büyük miktarlarda sakarin tüketiminin, düşük hiperinsülinemiye, insülinin direncinde bir azalmaya ve kontrol deneklerine kıyasla farelerde kan şekerinin genel kontrolünde iyileşmeye neden olduğunu göstermiş olsa da diğer araştırmalar, azalan kalori alımına, artan gıda alımına ve kilo alımına rağmen, sakarin tüketimi ile vücut yağının artan birikimi arasında bir ilişki olduğunu göstermiştir. Suez vd. tarafından yapılan çalışmada yapay tatlandırıcıların düzenli tüketiminin, bağırsak florasını değiştirerek glikoz toleransını değiştirdiği ve tatlandırıcıların düzenli tüketiminin, bağırsak florasını değiştirerek glikoz toleransını değiştirdiği görülmüştür (Suarez vd., 2015). Ayrıca, bazı raporlar diğer kanser vakalarının yanı sıra mesane kanseri ile ilişkili olduğunu gösterdiğinden, tüketiciler risk ve faydalarının farkında olmalıdırlar (Amin vd., 2016).

Yaygın olarak kullanılan birçok sentetik tatlandırıcının karsinojenik olduğu ve besleyici olmadığı kanıtlanmıştır. Bu nedenle, doğal tatlandırıcı maddeler için talep büyük ölçüde artmıştır, çünkü bunlar oldukça güçlü, yararlı, güvenli ve düşük kalorili şeker alternatifleridir (Priya vd., 2011). Son yıllarda, tüketicilerden gelen talep nedeniyle doğal tatlandırıcıların kullanımı artmaktadır. En yaygın doğal tatlandırıcılar, steviol glikozitler (E960), taumatın (E957) ve neohesperidin dihidrochalcone (E959)'dır.

2.4. Glisirizin (E958)

Glisirizin, meyan kökü olarak bilinen Glycyrrhiza glabra bitkisinin (Leguminosae) kök ve stolonlarından elde edilen bir pentasiklik triterpenoid saponin glikozittir. Anti-inflamatuar, immünomodülatör, antikanser, antioksidan ve antiviral, anti-ülser ve anti-alerjik aktiviteleri de dâhil olmak üzere olmak üzere glisirizinin çeşitli farmakolojik ve biyolojik aktiviteye sahip olduğu bildirilmiştir. Glisirizin ayrıca HIV ve ciddi akut solunum

yolu sendromu (SARS) ile ilişkili koronavirüs dâhil olmak üzere çeşitli DNA ve RNA virüslerine karşı anti viral aktiviteye sahiptir. Bu nedenle, büyük miktarda meyankökü ve ekstreleri, dünya pazarında tatlandırıcı maddeler ve tıbbi malzemeler olarak bulunmaktadır. Tatlı tadı nedeniyle glisirizin dünya çapında doğal tatlandırıcı ve tatlandırıcı katkı maddesi olarak kullanılır. Karışımlarda öksürük ve balgam söktürücü olarak ve mide ilaçlarının formülasyonlarında aroma maddesi olarak kullanılmıştır (Priya vd., 2011).

2.5. Taumatin (E957)

Thaumatococcus daniellii'nin (marantaceae) meyvelerinde bulunan çok tatlı proteinlerden oluşan bir ailedir. Taumatin, çoğunlukla farmasötikler veya vitaminler ile ilişkili acı tatları maskeleyen etkilidir. Taumatin protein bazlı tatlandırıcıların en yaygın örneğidir. Çorbalar, soslar, işlenmiş sebzeler ve yumurtadan elde edilen ürünler, kullanıldığı ana besindir. Batı Afrika'daki endemik bölgenin istikrarsızlıkları ve iklim değişikliği göz önüne alındığında, taumatin üretimi talep için yeterli değildir, bu nedenle, birçok çalışma mikroorganizmalar ve transgenik bitkiler yoluyla rekombinant taumatin üretimine odaklanmıştır (Jain and Grover, 2015; Masuda, 2016; Nabors (Part I), 2001).

2.6. Steviol Glikozitler (E960)

Paraguay ve Portekiz'den gelen Asteraceae familyasından bir bitki olan Stevia rebaudiana Bertoni'nin yapraklarından elde edilen moleküllerdir. Bitki, doğrudan tatlandırıcı olarak kullanılabilen yüksek konsantrasyonlu steviositlere sahiptir (Lobete vd., 2017). Kalori katkısı açısından, diyabet hastaları için güvenli olduğu bilinmesine rağmen birçok araştırmacı tarafından bu bileşiklerin toksisite ve genotoksisite hakkında endişe duyulduğunu göstermiştir. Son zamanlarda, steviol glikozitlerin endokrin bozulma potansiyeli ile ilgili kaygılar sıcak bir konu haline gelmiştir; yayınlarda bu bileşiklerin bozucu etkilere sahip olma ihtimalinin olduğunu ileri sürerek, bu konuda daha derin araştırmalar yapılması önerilmektedir. Stevia dondurmalar, yoğurtlar, kekler, soslar, içecekler, ekmek, pasta, aromalı süt, baharat ve masaüstü tatlandırıcı olarak kullanılır (Corocho vd., 2017).

2.7. Neohesperidin dihidrochalcone (E959)

Neohesperidin dihidrochalcone (E959), Citrus aurantium L.'un olgunlaşmamış meyvelerinden elde edilen tatlandırıcıdır. Bu doğal tatlandırıcı sıvı gıdaları kalınlaştırmak için kullanılır, bu yüzden dondurma, pasta, su bazlı ve aromalı içecekler, süt ve türevleri, aperatifler, şekerleme, meyve kaynaklı yiyecekler, bira, çorbalar, gıda takviyeleri ve bir masaüstü tatlandırıcı olarak kullanılmaktadır (El-Samragy, 2012; Spillane, 2006).

3. Sonuç

Yapay tatlandırıcıların insan metabolizması üzerindeki etkisi ve diyabetteki rolleri tartışmalıdır. FDA gibi gıdaları denetleyen/onaylayan kurumların tavsiye ettiği kurallar altında tüketildiğinde aspartam (E951), asesülfam K (E950) ve sakarin (E954) tatlandırıcılarını içeren ürünleri onaylamaktadır. Yapay tatlandırıcılar birçok üründe bulunmasına rağmen, uzun süreli kullanıma bağlı

etkileri yavaş yavaş ortaya çıkmakta ve doğal tatlandırıcılara sağlıklı bir alternatif olmayabileceğinden kaygılanılmaktadır. Özellikle çağımızın en büyük sorunlarından kanser, obezite ve diyabet yönünden zararlı etkileri keşfedilen tatlandırıcılara doğal alternatif arayışı sürmektedir.

Referanslar

- Hert, K.A., Fisk II, P.S., Rhee, Y.S., Brunt, A.R., Decreased consumption of sugarsweetened beverages improved selected biomarkers of chronic disease risk among US adults: 1999 to 2010. *Nutr. Res.* 34, 58e65, 2014.
- Priya, K., Gupta, V.R.M., Srikanth, K., Natural Sweeteners: A Complete Review, *Journal of Pharmacy Research*, 4(7),2034-2039, 2011.
- Carocho, M., Morales, P., Ferreira, I.C.F.R., Sweeteners as food additives in the XXI century: A review of what is known, and what is to come, *Food and Chemical Toxicology* 107, 302-317, 2017.
- Whitehouse, C.R., Boullata, J., McCauley, L.A., The Potential Toxicity of Artificial Sweeteners, *AAOHN Journal*, VOL. 56, NO.6, 2008.
- Sanyaolu, A., Marinkovic, A., Likaj J.G.L., Ayodele, O., Okorie, C., Verner, O., Artificial sweeteners and their association with Diabetes: A review, *Pub Health Catalog*;1(4):1-3, 2018.
- Bostick, R.M., Potter, J.D., Kushi, L.H., Sellers, T.A., Steinmetz, K.A., McKenzie, D.R., Gapstur, S.M., Folsom, A.R., Sugar, meat, and fat intake, and non-dietary risk factors for colon cancer incidence in Iowa women (United States). *Cancer Causes Control* 5, 38-52, 1994.
- Grundy, S.M., Hypertriglyceridemia, insulin resistance, and the metabolic syndrome. *Am. J. Cardiol.* 83, 25-29, 1999.
- Johnson, R.J., Segal, M.S., Sautin, Y., Nakagawa, T., Feig, D.I., Kang, D., Gersch, M.S., Benner, S., Sanchez-Lozada, L.G., Potential role of sugar (fructose) in the epidemic of hypertension, obesity and the metabolomic syndrome, diabetes, kidney disease, and cardiovascular disease. *Am. J. Clin. Nutr.* 86, 899-906, 2007.
- Ludwig, D.S., Peterson, K.E., Gortmaker, S.L., Relation between consumption of sugar-sweetened drinks and childhood obesity: a prospective, observational analysis. *Lancet* 357, 505-508, 2001.
- Mente, A., Koning, L., Shannon, H.S., Anand, S.S., A systematic review of the evidence supporting a causal link between dietary factors and coronary heart disease. *JAMA Int. Med.* 169, 659-669, 2009.
- Slattery, M.L., Benson, J., Berry, T.D., Duncan, D., Edwards, S.L., Caan, B.J., Potter, J.D., Dietary sugar and colon cancer. *Cancer epidem. Biomarkers Preven* 6, 677-685, 1997.
- Stanhope, K.L., Schwartz, J.M., Havel, P.J., Adverse metabolic effects of dietary fructose: results from the recent epidemiological, clinical and mechanistic studies. *Curr. Opin. Lipidol.* 24, 198-206, 2013.
- Touger-Decker, R., van Loveren, C., Sugars and dental caries. *Am. J. Clin. Nutr.* 78, 881S-892S, 2003.

- Yang, Q., Zhang, Z., Gregg, E.W., Added sugar intake and cardiovascular diseases mortality among US adults. *JAMA Intern. Med.* 174, 516-524, 2014.
- Murray, S., Tulloch, A., Criscitelli, K., Avena, N.M., Recent studies of the effects of sugars on brain systems involved in energy balance and reward: relevance to low calorie sweeteners. *Phys. Behav.* 164 (part B), 504-508, 2016.
- Pepino, M.Y., Metabolic effects on non-nutritive sweeteners. *Physiol. Behav.* 152 (part B), 450-455, 2015.
- Ashok, I., Sheeladevi, R., Wankhar, D., Effect of long-term aspartame (artificial sweetener) on anxiety, locomotor activity and emotionality behaviour in Wistar albino rats. *Biomed* 4, 39-43, 2013.
- Fagherazzi, G., Vilier, A., Saes Sartorelli, D., Lajous, M., Balkau, B., Clavel-Chapelon, F., Consumption of artificially and sugar-sweetened beverages and incident type 2 diabetes. *Am. J. Clin. Nut* 97, 517-523, 2013.
- Amin, K.A., Al-muzafar, H.M., Abd Elsttar, A.H., Effect of sweetener and flavoring agent on oxidative indices, liver and kidney function levels in rats. *Indian J Exp Biol.* 54:56-63, 2016.
- Suez J, Korem T, Zeevi D, et al. Artificial sweeteners induce glucose intolerance by altering the gut microbiota. *Obstet Gynecol Survey*, 70: 31-32, 2015.
- Jain, T., Grover, K., Sweeteners in human nutrition. *Int. J. Health Sci. Res.* 5, 439-451, 2015.
- Masuda, T., Sweet-tasting Protein Thaumatin: Physical and Chemical Properties. Merillon, J.M., Ramawat, K.G. Sweeteners, Reference in Phytochemistry. Springer International Publishing, 2016.
- Nabors, L.O., Alternative Sweeteners. Marcel Dekker, Inc, New York, USA, 2001.
- Lobete, M.M., Baka, M., Noriega, E., Jooker, E., Monballiu, A., Beurme, S., Meesschaert, B., Impe, J.F.V., Stevia-based sweeteners a promising alternative to table sugar: the effect on *Listeria monocytogenes* and *Salmonella typhimurium* growth dynamics. *Int. J. Food Microbiol.* 245, 38-52, 2017.
- El-Samragy, Y., Food Additive. Intech Publishing, Rijeka, Croatia, 2012.
- Spillane, W.J., Optimising Sweet Taste in Foods. Woodhead Publishing Limited, Cambridge, UK, 2006.

Wingate Anaerobik Bisiklet Testi ile Tek Bacak Basamak Testinin ve Pediatrik Koşu Tabanlı Anaerobik Sprint Testinin Karşılaştırılarak İncelenmesi

Mevlüt AĞIR¹, M. Kamil ÖZER²

¹ İstanbul Gedik Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü

² İstanbul Gedik Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi

*Sorumlu Yazar: mevlutagr@gmail.com

Gönderilme Tarihi: 18.04.2019 – Kabul Tarihi: 10.06.2019

Öz

Bu çalışma, anaerobik basamak testinin Wingate anaerobik test ve pediatrik RAST yerine kullanılabilirliğini belirlemek için yapılmıştır. Çalışmada, İstanbul'da bir futbol kulübündeki yaş ortalamaları 10,93±1,81 olan 25 erkek futbolcu gönüllü olarak yer almıştır. Tüm katılımcıların, boy uzunluğu (cm), vücut kütlesi (kg) ve deri kıvrım kalınlıkları ölçüldü, Pediatrik Basamak (PB), Pediatrik RAST (PR) ve Wingate Anaerobik(WAnT) testleri uygulanmıştır. Testler için birincil sonuç ölçütleri Ortalama güç olarak hesaplanmıştır. Yaş, PB, PR ve WAnT performansı ile güçlü bir şekilde ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Ortalama güç bakımından PB ile PR performansı ve WAnT performansı arasında yüksek korelasyon katsayıları saptanmıştır. Anaerobik Basamak testi sağlıklı çocuklarda ve ergenlerde anaerobik performansı değerlendirmek için geçerli ve karmaşık olmayan bir saha testi olarak kullanılabilir. Klinik değerlendirme amacıyla, WAnT ve Pediatrik RAST yokluğunda glikolitik gücü değerlendiren pediatrik Anaerobik Basamak Testi ortalama gücünü kullanmanızı öneririz.

Anahtar Kelimeler: Anaerobik, Wingate, Rast, Anaerobik Step, Erkek Çocuklar

Comparison of Wingate Anaerobic Cycling Test with Single Leg Step Test and Pediatric Running-Based Anaerobic Sprint Test

Abstract

This study was conducted to determine the usability of the anaerobic step test instead of the Wingate anaerobic test and pediatric RAST tests. In the study, 25 male football Players with a mean age of 10.93 ± 1.81 in a Football Club in Istanbul voluntarily participated. All participants' height (cm), body mass (kg) and skin fold thickness were measured. Pediatric Step, Pediatric RAST and Wingate Anaerobic tests were performed. Pediatric RAST analyzed data the 30-second Wingate anaerobic test (WAnT) on a bicycle ergometer and the Anaerobic Step Test in a randomized order. The primary outcome measures for the tests were calculated as mean Power(MP). Age was strongly associated with Step, pediatric RAST and WAnT performance. High correlation coefficients were found between the Step Test for pediatric RAST performance and WAnT performance. Anaerobic Step test can be used as a valid and uncomplicated field test to evaluate an aerobic performance in healthy Children and adolescents. For clinicle valuation, were commend using the Pediatric Anaerobic Step MP when Evaluating glycolyticpower in the absence of WAnT and Pediatric RAST.

Keywords: Anaerobic, Wingate, Rast, Anaerobic Step, Boys

1. Giriş

Çocukların antrenman yüklenmelerine karşı verdikleri fizyolojik tepkiler yetişmiş insanlardan farklıdır. Çocukların her geçen gün büyümesi ile birlikte fiziksel, fonksiyonel ve fizyolojik özellikleri de gelişim göstermektedir. Pediatrik olarak incelenen bir sportif performans, çocukların büyüme ve olgunlaşma çağlarının etkisini dikkate almadan değerlendirilmemelidir. Çocukların kardiyovasküler performansları sadece büyüme ve gelişim çağının yanı sıra antrenmanlarla da gelişebilmektedir (Açıkada, 2004; Armstrong ve ark., 2015). Pediatrik literatürüne bakıldığında, aerobik dayanıklılık performansı inceleyen çalışmalara kıyasla, anaerobik dayanıklılığı ve performansı inceleyen çalışmaların daha az olduğu görülmektedir. (Matos ve Winsley, 2007; McNarry ve Jones, 2014; Cunha ve ark., 2017; Perroni ve ark., 2018). Ergenlerin aktivitelere katılımlarının fiziksel yapısına bakıldığında aralıksız ve sürekli bir aktivite olmadığı aksine aralıklı ve daha çok kısa süreli, orta ve yüksek şiddetli egzersizlerden oluştuğu bilinmektedir (Güvenç ve ark., 2011). Çocukların anaerobik performans ve gelişimlerinin yeterli seviyede incelenmesi düşündürücüdür. Anaerobik performans, kısa süreli ve yüksek şiddet içeren spor branşlarının temel belirleyicisidir. Yapılan çalışmalarla cinsiyetin ve yaşın (Koşar ve Kin İşler, 2004), kasın kütlelerinin, tipinin ve alanının (Saavedra ve diğ., 1991) ve genetik kalıtımın (Caluo ve diğ., 2002), sportif performansının (Ingulf ve Burgers, 1990), ve beden kompozisyonunun (Mayhew ve diğ., 2001.) anaerobik dayanıklılık ve performans üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmada, anaerobik kapasiteyi belirlemek için kullanılan ölçüm modellerini, yaş ortalamaları $10,93 \pm 1,81$ olan 25 erkek çocuğa uygulayarak Step anaerobik testinin, Rast testi ve Wingate testi yerine kullanılabilir olup olmadığını bulmak ve testlerin karşılaştırılarak incelenmesi amaçlanmıştır.

2. Gereç ve Yöntem

Araştırma grubunu bir spor kulübündeki aktif futbol antrenmanı yapan, yaş ortalamaları $10,93 \pm 1,81$ olan 25 erkek çocuk oluşturmuştur. Kardiyovasküler, pulmoner, nörolojik, kas-iskelet sistemi hastalıkları veya egzersiz için diğer tıbbi kontrendikasyonları olmayan sağlıklı erkek çocukları anne babalarının onayı ile gönüllü olarak araştırmaya katılmışlardır. Çalışma ziyareti sırasında tüm katılımcıların, stadiometre (Seca, Hamburg, Almanya) ve elektronik skala (Seca 803; Seca, Hamburg, Almanya) kullanılarak boy uzunluğu (cm) ve vücut kütlesi (kg) ölçüldü. Pediatrik Step, Pediatrik RAST ve 30 saniyelik WAnT'yi sistematik bir sırayla gerçekleştirildi. Anaerobik performans için belirteçler olarak her test için zirve güç (PP) ve ortalama güç (MP) kaydedilmiştir. Her test için en az 30 dakika ayrılmıştır. Veri toplama araçları geri döndükten sonra elde edilen veriler, teker teker bakılarak kontrol edilecek ve hazır duruma getirilmiştir. Elde edilen veriler tanımlayıcı istatistiklerle IBM SPSS İstatistik 20 programı ve Excel 2007 programı ile analiz edilerek sonuçlar tablo ve grafik haline getirilerek yorumlanmıştır.

3. Pediatrik Koşu Tabanlı Anaerobik Sprint Testi

Futbol sahasında 15 metrelik bir sprint izi yere bantlanmış iki çizgi ile işaretlendi. Koniler sprint parkurunun sonuna yerleştirildi. Katılımcılara altı adet 15 metrelik sprintleri maksimum hızda tamamlamaları ve her çizgiyi geçmeleri konusunda talimat verildi. Her sprint fotosel cihazı ile saniyenin yüzdesine kadar düzenlendi. Her sprint sonunda 10 saniye dinlenmelerine izin verildi. Katılımcılar, maksimum çaba sarf etmek için her koşu sırasında mümkün olduğunca hızlı koşmaya sözlü olarak teşvik edildiler. İlk sürat için verilen talimatlar "geri, 3, 2, 1, başla" şeklinde bir geri sayımla verildi. Diğer beş sprint için 6'dan 1'e geri sayım ve "başla" sinyalinin yeterli olduğu bildirilmektedir. Her sprint için güç çıkışı, vücut kütlesi ve sprint süreleri kullanılarak hesaplanmıştır: Güç çıkışı = (vücut kütlesi \times s_2) / t_3 , ki burada 'Güç çıkışı' Watt (W) cinsinden ifade edildi, 'vücut kütlesi' kilogram olarak ifade edildi. S 'metre cinsinden koşu mesafesidir ve' t 'sprint süresini saniye cinsinden gösterir. Güç, altı koşunun her biri için hesaplandı. Pediatrik RAST'taki zirve güç (PP), hesaplanan en yüksek güç olarak tanımlanırken, pediatrik RAST'taki ortalama güç (MP), altı sprint boyunca ortalama güç olarak tanımlandı. PP ve MP vücut kütlesi için sırasıyla pediatrik RAST'taki PP ve MP'yi katılımcının vücut kütlelerine (sırasıyla PP / kg ve MP / kg) bölünerek görece güç (rölatif güç) hesaplanmıştır.

4. Pediatrik Anaerobik Basamak Testi

Anaerobik Step Testinde süre 60 saniye basamak yüksekliği 40 santimdir. Pediatrik RAST 'da olduğu gibi çocuklar için testin süresini 30 saniye, basamak yüksekliği de 30 cm olarak ayarlandı. Katılımcı basamağa dominant bacağı tarafında yan olarak dururken, önce testi nasıl uygulanacağı anlatıldı. Tak bacakla basamağa alışabilmek için birkaç deneme yaptırıldı. Kronometre ile 30 saniyede yaptığı toplam çıkış sayıldı. Amaç 30 saniyede olabildiğince çok sayıda çıkış ve iniş yapılmasıdır.

Her 5 saniyedeki adım sayısı not edilerek beşer saniyelik dilimlerdeki ortalama güçleri ve toplam adım sayısına göre de ortalama güç hesaplanmıştır.

Ortalama anaerobik güç (W)

$$= [(beden ağırlığı \times 9,8) \times \text{basamak yüksekliği}(m) \times \text{adım sayısı} \times 1,33] / 30 \text{ s}$$

Her 5 saniyede ortalama anaerobik Güç (W)

$$= [(beden ağırlığı \times 9,8) \times \text{basamak yüksekliği} (m) \times \text{adım sayısı} \times 1,33] / 5 \text{ s}$$

Beş saniyelik dilimlerde ulaşılan en yüksek ortalama güç zirve güç (PP), en düşük güç ortalaması ise minimum güç (minP) sayılacaktır. Basamak testindeki zirve güç ve ortalama güç beden ağırlığına bölünerek görece güç hesaplanmıştır.

5. Wingate Anaerobik Testi

WAnT, kefeli bisiklet ergometresinde (Monark 894 E) gerçekleştirilmiştir. Rahat bir bisiklet yüksekliği sağlamak için her katılımcı için sele yüksekliği ayarlandı ve ayakların kaymasını önlemek için kayışlı ayak klipleri kullanıldı. WAnT literatür detarifi edildiği gibi uygulanmıştır. Katılımcılara, bir dakika sonra ve iki dakika sonra iki adet on saniyelik all-outspurt dâhil olmak üzere üç dakikalık bir ısınma uygulandı. Daha sonra, katılımcılara iki dakikalık bir dinlenme verildi, ardından maksimum pedal çevirme hızı 20 saniyelik boş bir all-outspurt kullanılarak belirlendi. Üç dakikalık bir dinlenmenin ardından, katılımcılar bir 30 saniyelik WAnT gerçekleştirdi. Test, bir dakikalık yüksüz döngüden oluşan bir başlangıç yapıldı. Bir dakikalık yüksüz bisiklet döngüsünün son beş saniyesinde, katılımcılara mümkün olduğu kadar çabuk pedal çevirmeleri istendi, ardından katılımcılara kilogramları başına 75 gram bir fren gücü uygulandı.

WAnT boyunca, katılımcıların maksimum çabayı sağlamak için 30 saniye boyunca olabildiğince hızlı bir şekilde pedal çevirmeleri sözlü olarak teşvik edildi. Testi bitirdikten hemen sonra, dispne, bacak yorgunluğu ve baş dönmesi de dâhil olmak üzere katılımcının subjektif iyileşmesine kadar iki dakikalık boş kefeyle toparlanma süresi tamamlandı. WAnT'deki PP, testin (W) herhangi bir aşamasında ulaşılan en yüksek mekanik güç olarak tanımlanmıştır ve kısa süreli mekanik kas gücü üretme yeteneğini temsil etmektedir. MP (W), WAnT'in 30 saniyesinin tamamı boyunca ortalama yerel kas dayanıklılığını temsil eder.

Pediyatrik RAST'ta olduğu gibi, PP ve MP, WAnT'de elde edilen PP ve MP'yi, katılımcının vücut kütlesiyle (sırasıyla PP / kg ve MP / kg) bölerek vücut kitlesi için normalleştirildi.

6. Bulgular

Tablo 1 : Erkek Çocuklarının Fiziksel Özelliklerinin Ortalama, Standart Sapma Değerleri Gösterilmiştir.

	ENZ	ENÇ	\bar{X}	SS
Yaş	7,95	14,90	10,9348	1,81528
Boy	125,0	181,5	144,100	13,1941
Ağırlık	24,0	63,9	37,088	11,0763
BKI	13,43	23,83	17,5024	2,85342
YAĞ%	9,82	29,74	19,1418	5,33491
TR	6,00	19,43	11,6040	3,67187
CALF	6,00	20,33	13,0787	4,04793

Tablo 1 incelendiğinde, çalışmaya katılan sporcuların fiziksel özellikleri yaş, boy, ağırlık, yağ (%) ortalamaları verilmiştir. Aynı zamanda erkek çocukların %'lik yağ oranları (%yağ= $0,735*(tr+clf)+0,1$) formülü ile Triceps

(arka kol) ve Calf (alt bacak) ölçümleri ile %'lik yağ oranları çıkarılmıştır.

Tablo 2 : Katılımcıların Basamak Testindeki Nabız ve Adım Sayısı Ortalamaları ve Standart Sapma Değerleri Gösterilmiştir.

	ENZ	ENÇ	\bar{X}	SS
Dinlenme nabızı	90	144	111,84	13,403
Step sonu nabız	144	180	168,00	11,225
Adım sayısı 30sn	25	39	32,40	4,163

Tablo 2'ye bakıldığında anaerobik basamak testine katılan 25 erkek çocuğun teste başlamadan önceki nabızlarına bakıldığında ortalaması $111,84 \pm 13,403$ olarak belirlenmiş olup test sırasındaki adım sayıları ortalama $32,40 \pm 4,163$ olarak veriler alınmıştır. Test sonunda ise tekrar nabız kontrolü yapıldığında $168,00 \pm 11,225$ olarak belirlenmiştir.

Tablo 3 : Katılımcıların Rast Testinde Süre Ortalamaları Gösterilmiştir.

	ENZ	ENÇ	\bar{X}	SS
RAST1sn	3,342	5,994	4,36928	,676783
RAST2sn	3,300	5,642	4,18832	,488829
RAST3sn	3,640	5,162	4,31776	,409361
RAST4sn	3,452	5,122	4,26772	,475650
RAST5sn	3,372	5,202	4,20780	,502957
RAST6sn	2,922	5,232	4,23452	,479011

Tablo 3'e bakıldığında Rast koşu testine katılan 25 erkek çocuğun test aşamalarındaki süreleri en az ve en çok olarak gösterilmiştir. Testin 6 aşamasında gösterilen performansın sürelerinin ortalamaları ve standart sapmaları gösterilmiştir.

Tablo 4 : Katılımcıların Wingate Testinde Watt Cinsi ve W/Kg Cinsinden Güç Ortalamaları Gösterilmiştir.

	ENZ	ENÇ	\bar{X}	SS
WIN5 W	69,89	512,86	224,9664	104,02307
WIN10 W	95,10	496,55	236,4468	93,66359
WIN15 W	103,92	478,13	221,9040	88,52004

WIN20 W	90,36	435,35	208,0028	81,69164
WIN25 W	107,57	384,61	188,9652	64,30785
WIN30 W	95,03	342,60	172,7556	54,66047
WKG5 W/kg	2,91	10,13	5,9948	1,87808
WKG10 W/kg	3,36	8,42	6,2532	1,19348
WKG15 W/kg	4,21	7,47	5,8872	,94979
WKG20 W/kg	3,66	7,02	5,4644	,91977
WKG25 W/kg	3,48	6,14	5,0968	,70240
WKG30 W/kg	3,08	5,92	4,6820	,65777

Tablo 4 incelendiğinde Wingate testine katılan 25 erkek sporcunun Wingate testinde gösterdikleri 30 saniyelik performansların her 5 saniyelik diliminde ürettikleri ortalama güç ve gücün kilo bölümü olarak gösterilmiştir. Her 5 saniyelik dilimin ortalaması ve standart sapması belirlenmiştir.

Tablo 5 : Katılımcıların Step Testi, Rast Testi ve WanT Testi Ortalama Güç Değerleri Gösterilmiştir.

	EN AZ	EN ÇOK	\bar{X}	SS
Step Testi Ortalama Güç W	88,00	242,00	156,6400	49,67887
Rast Ortalama güç	51,28	248,69	119,047	54,747
Wingate Ortalama Güç	93,94	441,68	208,8404	78,28237

Tablo5 incelendiğinde 25 erkek çocuk üzerinde yapılan step testi ortalama güç Watt cinsinde ortalama 156,6400±49,67887 standart sapma olarak tespit edilmiştir. Rast testinde ise ortalama güç 119,047±54,747 standart sapma olarak belirlenmiştir. Wingate testinde ortalama güçleri 208,8404±78,28237 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 6 : Katılımcıların Step Testi, Rast Testi ve WingateOrtalama Güç Değerlerinin Korelasyon Analizi Gösterilmiştir.

		Step T.Ort. Güç	Rast T. Ort. Güç	Wingate T. Ort. Güç
Step Testi Ortalama Güç	R		,809**	,854**
	P		,000	,000
Rast Testi Ortalama Güç	R	,809**		,850**
	P	,000		,000
Wingate Ortalama güç	R	,854**	,850**	
	P	,000	,000	

** 0.01 anlamlı düzeyinde ilişki (2-kuyruklu).

Tablo 6 İncelendiğinde testlerin birbiriyle ilişki katsayılarını belirlemek için yapılan korelasyon analizi sonucunda; Step testi ile Rast testi arasındaki ilişki ($r=0,81$) anlamlı düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. ($p<0,01$). Step testi ile Wingate testi arasındaki ilişkiye bakıldığında ($r=0,85$),Wingate ile Rast arasında ($r=0,85$) değerinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p<0,01$).

Tablo 7 : Basamak TestiAdım Sayısı, Rast Ortalaması ve WingateOrtalaması İle Antropometrik Parametreler Arasındaki İlişki KatsayısıKorelasyon Analizi.

		Step T. Ort. Güç	Rast T. Ort. Güç	Wingate T. Ort. Güç
Yaş	R	,750**	,867**	,723**
	P	,000	,000	,000
Boy	R	,899**	,851**	,861**
	P	,000	,000	,000
Ağırlık	R	,894**	,847**	,872**
	P	,000	,000	,000
TR	R	,512**	,543**	,518**
	P	,009	,005	,008
CLF	R	,445*	,314	,287
	P	,026	,127	,165
YAĞ%	R	,462*	,430*	,420*
	P	,020	,032	,037
BKI	R	,715**	,655**	,686**
	P	,000	,000	,000

** 0.01 anlamlı düzeyinde ilişki (2-kuyruklu).

* 0.05 anlamlı düzeyinde ilişki (2-kuyruklu).

Tablo 7. de parametreler arasındaki kat sayı korelasyon analizi yapılarak aralarında anlamlı ilişki olup olmadığına bakılmıştır. Yaş değişkenine bakıldığında yaşın Step Testi OG ile 0,75 Rast OG ile 0,87, Wingate OG ile 0,723 ilişki tespit edilmiştir ($p < 0.01$). Boy'a bakıldığında Step OG ile 0,90, Rast OG ile 0,85, Wingate OG ile 0,86 ilişki katsayıları hesaplanmıştır ($p < 0.01$). Ağırlık ile step OG arasında, 0,89, Rast OG ile 0,86 Wingate OG ile 87 ilişki katsayısı hesaplanmıştır ($p < 0.01$). Triceps deri kıvrımı (TR) ile Step OG arasında 0,51, Rast OG ile 0,54, Wingate OG ile 0,52 ilişki katsayıları hesaplanmıştır ($p < 0.01$). Calf deri kıvrımı (CLF) ile Step OG arasında 0,45 anlamlı ilişkiler bulunurken $p < 0,05$. Rast OG ile ve Wingate OG ile ilişkisi anlamlı bulunmamıştır ($p > 0,05$). % yağ ile Step OG arasında 0,46, Rast OG ile 0,43, Wingate OG ile 0,42 ilişki katsayıları hesaplanmıştır ($p < 0.05$). BKI ile Step OG arasında 0,72, Rast OG ile 0,65, Wingate OG ile 0,69 ilişki katsayıları hesaplanmıştır ($p < 0.01$).

Tablo 8 : Rast Testi Ortalama Gücünün Step Testi Ortalama Gücü ve Yaş ile Kestirilmesi Regresyon Analizi.

Model Özeti

Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Std. Kestirim Hatası
1.Yaş	,853 ^a	,727	,715	29,222
2.Step Ort.Güç ve Yaş	,881 ^b	,776	,756	27,056

a.Kestirimler: (Sabit), Step ortalama güç

b. Kestirimler: (Sabit), Step ortalama güç, Yaş

ANOVA^a

Model	Kareler Toplamı	Df	Kareler Ortalaması	F	Sig.	
1	Regression	52293,202	1	52293,202	61,237	,000 ^b
	Residual	19640,713	23	853,944		
	Total	71933,914	24			
2	Regression	55829,188	2	27914,594	38,133	,000 ^c
	Residual	16104,726	22	732,033		
	Total	71933,914	24			

a. Bağımlı Değişken: Rast Ortalama Güç

b. Kestirimler: (Sabit), Step Ortalama Güç. Kestirimler: (Sabit), Step Ortalama Güç, Yaş

Katsayılar^a

Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	T	p.
	B	Std. Error			
1 (Sabit)	-			-	
	162,132	36,404		4,454	,000
Yaş	25,714	3,286	,853	7,825	,000
2 (Sabit)	-			-	
	136,302	35,695		3,818	,001
Yaş	18,014	4,640	,597	3,882	,001
Step Ort. Güç	,373	,170	,338	2,198	,039

a. Bağımlı Değişken: Rast Ortalama Güç

Rast Testi ortalama güç değeri ile yaş arasında $r=0,853$ güçlü bir ilişki görülmektedir. Tek bacak step testinin hesaplanmış ortalama güç sonuçlarıyla alan testi olan RAST ve laboratuvar testi Wingate'in ortalama güç çıktılarının kestirilmesi için yapılan korelasyon analizinde (Tablo 7) anlamlı ve yüksek ilişkileri olan yaş, boy ağırlık, BKI, Triceps deri kıvrımı, %yağ değişkenleri ile stepwise analizine sokulduğunda RAST ortalama gücünü kestirmek için 2 farklı eşitlik modeli geliştirilmiştir (Tablo 8).

Model 1 Eşitliği: Rast Ort. Güç (W)= 25,714 x yaş (yıl)-162,132 (sabit)

Model 2 Eşitliği: Rast Ort. Güç (W)= ,373 x Step Ort. Güç(W) + Yaş x 18,014-136,302 (sabit)

Tablo 8. Model 1 incelendiğinde Rast Ortalama Güç çıktısını Yaş değişkeniyle % ,727 (r^2) oranında kestirilebileceği gösterilmektedir.

Model 2 incelendiğinde Step Testi Ortalama Güç çıktısı ile yaş değişkeninin regresyona girdiğini görüyoruz. Sonuçta Step Test ortalama güç ve yaş değişkeni birlikte Rast testi ortalama güç çıktısını %78 (r^2) oranında kestirebilmektedir

Model 1 Eşitliği: Rast Ort. Güç (W)= 88,461 (sabit) + 7,62 x Step Ort. Güç (W)

Model 2 Eşitliği: Rast Ort. Güç (W)= 5,066 x Step Ort. Güç(W) + Yaş x 95,178 -540,963 (sabit)

Tablo 9 : Wingate Testi Ortalama Gücünün Step Testi Ortalama Gücü İle Kestirilmesine Yönelik Regresyon Analizi İncelenmiştir.

Model Özeti				
Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Tahmin Hatası
1 Step Ort. Güç	,845 ^a	,714	,701	42,80038

a. Kestirimler: (Sabit), Step Ortama Güç

ANOVA^a

Model	Kareler Toplamı	Df	Kareler Ortalaması	F	Sig.
1 Regressio n	104942,049	1	104942,049	57,287	,000 ^b
Residual	42133,068	23	1831,873		
Total	147075,117	24			

a. Bağımlı Değişken: Wingate Ortalama Güç.

b. Kestirimler: (Sabit), Step Ortalama Güç

Katsayılar^a

Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Sabit)	,343	28,846		,012	,991
Step Ort. Güç	1,331	,176	,845	7,569	,000

a. Bağımlı Değişken: Wingate Ortalama Güç

Model 1 Eşitliği: Wingate Ort. Güç (W)= 0,343 (sabit) + 1,331 x Step Ort. Güç (W)

Tablo 9. Model 1 incelendiğinde Wingate Ortalama Güç çıktısını Step anaerobik test ortalama güç çıktısı % ,714'ünü açıklaya bilmekteyiz. Bu modelde standart kestirim hatası \pm %20 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 10 : Regresyon Modellerinin Ölçümlerden Hesaplanmış Rast ve Wingate Ortalama Güçlerinin Eşleştirilmiş Örnekler İstatistiği

		Mean	N	SS	Std. Hata Ort.
Pair 1	Rast Ort. Güç	119,0476	25	54,74711	10,94942
	MODEL1	119,0453	25	46,67817	9,33563
Pair 2	Rast Ort. Güç	119,0476	25	54,74711	10,94942
	MODEL2	119,1041	25	48,24666	9,64933
Pair 3	Wingate Ort. Güç.	208,8404	25	78,28237	15,65647
	MODEL3	208,8884	25	66,11165	13,22233

Model 1: Rast testi Ortalama Güç değerinin Step testi Ort. Güç değeri ile kestirilmesi

Model 2: Rast testi Ortalama Güç değerinin Step testi Ort. Güç değeri ve Yaş ile kestirilmesi

Model 3: Wingate Ort. Gücün Step testi Ort. Güç değeri ile kestirilmesi

Tablo 10'u incelediğimizde Regresyon analizleri sonucu elde edilen modellerden çıkarılmış olan denklemler Rast testi ortalama güç değerinin hesaplanmasında ve Wingate testi ortalama güç değerinin hesaplanmasında işlem yapılmadan sadece Step testi ortalama güç değerleri ile tahminde bulunulmasında kullanılabilir denklemler ortaya koymuştur. Bu denklemlerin ne denli doğru tahmin yaptıkları ise yukarıda (Tablo 10) gösterilmiştir. Sonuç olarak Step Testi güç ortalamasının Wingate testi güç ortalaması ve Rast testi güç ortalamasının hesaplamada regresyon modeli sonuçlarına göre kullanılabilirliği ortaya çıkmıştır.

Tablo 11 : Regresyon Modellerinin Ölçümlerden Hesaplanmış Rast ve Wingate Ortalama Güçlerinin Eşleştirilmiş Örnekler İlişkileri

	N	R	p.
Rast Ort. Güç. MODEL1	25	,853	,000
Rast Ort. Güç. MODEL2	25	,881	,000
Wingate Ort. Güç. MODEL3	25	,844	,000

Tablo 11 İncelendiğinde eşitliklerle hesaplanan değerlerle ölçülen değerler arasındaki ilişkilerde yüksek ve anlamlı ($p=,000$) bulunmuştur.

Tablo 12 : Eşleştirilmiş Örnekler Farklılıklar Testi

	X	SS	SH	95% Farkın Güven Aralığı		t	d	P.
				Alt	Üst			
Rast OG MODE L1	,002	28,607	5,721	-11,806	11,810	,000	24	1,000
Rast OG MODE L2	-,056	25,904	5,188	-10,749	10,636	-,011	24	,991
Wingate OG MODE L3	-,048	41,966	8,393	-17,371	17,275	-,006	24	,995

Tablo 12 incelendiğinde eşleştirilmiş örnekler farklılıklar testi tablosunda da görüldüğü üzere Model 1 ile hesaplanan ortalama güç ile RAST testi ortalama güç değerleri arasında anlamlı bir İstatistiksel farklılık olmadığı ($p>0.05$, $p= 1.000$) ispatlanmıştır. Model 2 de ise bu farklı olmayış daha yüksek orandadır ve p değeri =0.991 dir. Son olarak Wingate testinin ortalama güç değerleri ile Model 3 tarafından yapılan tahminler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı ($p =0.995$) eşleştirilmiş örnekler farklılık testi sonucu ortaya çıkmıştır.

7. Tartışma ve Sonuç

Pediyatrik literatürüne bakıldığında, aerobik dayanıklılık ve performansı inceleyen çalışmalara kıyasla, az sayıda anaerobik performansın ilerlemesi konusunun işlendiği bilinmektedir (Matos ve Winsley, 2007; McNarry ve Jones, 2014; Cunha ve ark., 2017; Perroni ve ark., 2018). Anaerobik performans testleri kısa zaman içerisinde, yüksek kuvvetin lazım olduğu spor dallarında önemli bir yeri vardır. Bir çok antrenör ve spor uzmanları çalıştırdıkları sporcuların gelişimlerini belirli aralıklarla kontrol edebilmek için aerobik veya anaerobik testlere başvurmaktadırlar. Antrenör sporcularının genel durumlarını analiz edip ona göre antrenman programlarını oluşturmaktadırlar.

Daha önce yapılmış olan bir araştırmada anaerobik performansı ve anaerobik kapasiteyi belirlemek için sıklıkla kullanılan Wingate testinin anaerobik enerji sistemlerinde kullanılan enerjinin %70-80'ine denk geldiği düşünülmektedir (Bencke ve ark..2002).

Ergenlerin anaerobik kapasitesini ve performans düzeyini belirlemek amacı ile yapmış olduğumuz bu çalışmaya gönüllü olarak yaş ortalamaları $10,93 \pm 1,81$ olan 25 erkek çocuk katılmıştır. Bu çalışmanın birincil amacı Wingate testi, Rast testi ve Tek bacak basamak testi

uygulayarak testler arasında bir ilişkinin olup olmadığı incelenmiştir. Aralarındaki ilişkiye bakıldığında Wingate testi ile Rast Testi arasında ($r= 0.850$) yüksek anlamlılık olduğu tespit edilmiştir. Rast testi'nin Step testi ile aralarındaki ilişki incelendiğinde ($r= 0.809$) oranında yüksek ilişkili olduğu bulunmuştur. Wingate Testi ile AST arasındaki korelasyon ilişkisine bakıldığında ($r=0,854$) olduğu tespit edilmiştir ($p<0.001$).

Bu çalışmanın diğer amaçlarına bacak olursak;

1. Tek Bacak Basamak Testi ile Pediyatrik Rast Testi ve Wingate Anaerobik Testinin Antropometrik Parametreler Arasında İlişki Var mıdır?

Sporcuların Performansı etkileyen faktörlerden bir diğeri de antropometrik özelliklerden olan % yağ oranı ve antropometrik özelliklerdir. Bedensel özellikler, fizyolojik olarak performansın ortaya koyma zamanını değiştirmektedir (Hazır ve Açıkada, 2002). Tharp ve ark.(1984) anaerobik performansın vücut ağırlığı, yaş ve en önemlisi yağsız vücut kütlesi ile ilgili olduğunu söylemektedir. Bu çalışmada vücut yağ oranının testler arasındaki ilişkisi incelendiğinde Anaerobik Step testi ortalama güç ile, % yağ oranı ($r= 0,462$; $p<0.05$), beden ağırlığı ($r=0,894$; $p<0,01$), BKİ ($r=0,715$; $p<0,01$) anlamlı bulunmuştur. RAST OG ile % yağ oranı ($r= 0,430$; $p<0.05$), beden ağırlığı ile ($r=0,847$; $p<0,01$), BKİ ile ($r=0,655$; $p<0,01$) anlamlı bulunmuştur. WanT OG ile % yağ oranı ($r= 0,420$; $p<0.05$), beden ağırlığı ($r=0,872$; $p<0,01$), BKİ ($r=0,686$; $p<0,01$) anlamlı bulunmuştur.

Özcan'ın (2019) 30 genç futbolcu erkek üzerinde yaptığı çalışmada %yağ oranı ile AST OG arasında ($r= -0,093$; $p>0.01$) anlamsız ve çok düşük, ağırlık ile ($r= 0,796$; $p>0.01$) anlamlı, BKİ ile ($r=0,356$; $p>0,05$) anlamsız ilişkiler gözlenmiştir. Rast OG ile %yağ arasında ($r= -0,247$; $p>0.05$) anlamsız, beden ağırlığı ($r=0,199$; $p>0,05$) anlamsız, BKİ ($r=0,041$; $p>0,05$) anlamsız ve düşük ilişki bulunmuştur. WanT OG ile %yağ arasında ($r= 0,754$; $p>0.01$) anlamsız, beden ağırlığı ($r=0,0,754$; $p<0,01$) anlamlı, BKİ ($r=0,353$; $p>0,05$) anlamsız ve düşük ilişki bulunmuştur.

Çalışmaya katılan 25 erkek çocuk üzerinde 30 saniyelik Wingate anaerobik bisiklet testi uygulandığında ilk 5 saniyesindeki w/kg cinsinden anaerobik güçlerine bakıldığında $5,99 \pm 1,87$ W/kg olarak tespit edilmiştir. Takım sporu (Futbol, Hentbol, Basketbol) yapan yaş ortalamaları $23,52 \pm 2,45$ olan 25 erkek üzerinde yapılmış olan Wingate anaerobik bisiklet testinin sonuçlarına bakıldığında $9,58 \pm 1,45$ W/kg olarak bulunmuş (Yılmaz., 2011). İki çalışmaya bakıldığında yaş farklılıkları ortalama $12,59$ olan bu iki grup arasında güç çıktılarının benzer doğrultuda olduğu görülmektedir.

2. Tek Bacak Basamak Testi, Pediatrik Rast Testi ve Wingate Anaerobik testleri ile yaş arasında bir ilişki var mıdır?

Yaş birçok spor branşı için belirleyici faktör olmaktadır. Bilindiği üzere yaş ilerledikçe sporcuların performanslarında düşüşler yaşandığı bilinmektedir. Bu çalışmaya katılan sporcuların yaş ortalamaları $10,93 \pm 1,81$ 'dir. Sporcuların yaşları ile testler arasındaki ilişkiyi incelediğimizde;

Anaerobik Step testi OG ile ($r=0,750$) oranında yüksek derece anlamlı ilişkiye sahiptir. Rast testinin yaşlar arasındaki ilişki ($r=0,867$) iken, Wingate testinin sporcular arasındaki ($r=0,723$) olarak bulunmuştur ($p<0.01$). Testlerin yaş ile olan ilişkilerine genel olarak bakıldığında Rast testinin yaş ile yüksek olduğu görülmektedir. Anaerobik RAST testinin yaş ortalamaları $10,93 \pm 1,81$ olan 25 erkek çocuğun ortalama sürelerine bakıldığında $4,26 \pm 0,50$ sn. ortalama olduğu tespit edilmiştir.

Ceylan ve diğ. (2016) yaptığı bir çalışmada U15, U17, U19 düzeyinde futbol branşı ile ilgilenen 56 erkek futbolcu üzerinde yaptığı RAST testi ortalama sürelerine bakıldığında U15 ($5,66 \pm 0,32$), U17 ($5,41 \pm 0,40$), U19 ($5,40 \pm 0,24$) olarak bildirmişlerdir (Ceylan ve diğ. 2016).

3. Tek Bacak Basamak Testi ile alan testi olan Pediatrik Rast Testi ortalama güç çıktıları arasında ilişki var mıdır?

Saha testleri antrenörler daha çok tercih ettiği testlerdir. Kullanım olarak daha pratik olmaları ve daha az donanım gerektiği için kullanım olarak daha yaygındır. Yinede spor uzmanlarının, RAST testini uygulayabilmeleri için fotosele ve bir yardımcıya ihtiyaç duyulmaktadır. Anaerobik Tek Bacak Basamak Testinin orijinal olarak 40 cm yüksekliğindeki bir basamakta 60 saniye olarak yapılmaktadır. Basamak yüksekliği ile ilgili yapılan değişikliklerin antropometrik özellikleri ve sergilenen performansın kalitesini değiştirdiğini belirleyen araştırmalar bulunmaktadır (Nguyen ve Gillum, 2015).

RAST testi ile Tek Bacak Basamak testi arasındaki OG bakımından ilişki incelediğimizde ($r=0,809$) oranında yüksek bir anlamlılık düzeyine sahip olduğu görülmektedir ($p<0.01$).

Harmancı ve ark. (2016) yılında araştırmış oldukları bir çalışmada, yaş ortalamaları $19,57 \pm 1,28$ yıl, olan 14 kadın futbolcu üzerinde yapmış oldukları WAnT testi ve RAST testi arasındaki OG incelendiğinde ($r=0,959$) oranında yüksek anlamlılık düzeyi olduğunu tespit etmişlerdir ($p<0.01$). (Harmancı ve Ark. 2016).

4. Tek Bacak Basamak Testi ile laboratuvar testi olan Wingate Anaerobik Bisiklet Testinin ortalama güç çıktıları arasında bir ilişki var mıdır?

Bu çalışmada elde ettiğimiz bir diğer bulgu ise birbirinden farklı iki test olan Tek Bacak Basamak testi ve laboratuvar testi olan Wingate anaerobik bisiklet testi arasındaki OG bakımından ilişkisini incelediğimizde, iki test arasındaki ilişki ($r=0,854$) yüksek ve anlamlı bulunmuştur ($p<0.01$). Özcan'ın (2019) 30 genç futbolcu erkek üzerinde yaptığı araştırmada Tek Bacak Basamak testi ile WAnT testi arasındaki OG bakımından bağlantı incelendiğinde iki test arasında ($r=0,625$) oranında anlamlılık bulduklarını bildirmişlerdir ($p<0.01$).

Sonuç olarak bu araştırma ile hedeflemiş olduğumuz testler arasındaki ilişkiye baktığımızda ilişkinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Saha testlerinden en rahat ve pratik uygulama alanına sahip olan Tek Bacak Basamak testinin Wingate testinin ve RAST testinin yerine kullanılabilir olduğu, Tek Bacak Basamak testinden çıkacak verilerin doğruluk payının yüksek olacağı analizlerle tespit edilmiştir.

Çalışmanın çok sayıda deney gruplarında tekrarlanmasının uygun olacağı düşünülmektedir.

Kaynaklar

- Açıkada C. (2004). Training in Children. Acta Orthop. Traumatol. Turc, 38(1), 16-26.
- Armstrong N, Barker AR, McManus AM. (2015). Muscle Metabolism Changes with Age and Maturation: How Do They Relate to Youth Sport Performance? British Journal of Sports Medicine, 49(3). doi:10.1136/bjsports-2014-094491
- Bencke, J., Damsgaard, R., Saekmose, A., Jorgenson, P., Jorgenson, K., Klauen, K. (2002). Anaerobic power and muscle strength characteristics of 11 years old elite and non-elite boys and girls from gymnastics, team handball, tennis and swimming. Scandinavian Journal of Medicine and Science in Sports; 12:171-178.
- Brooks, G. A., Fahey, T. D., & Balwin, K. M. (2005). Exercise physiology: Human bioenergetics and its applications (4th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Caluo, M., Rodos, Vallejo, M., Estroch, Arcas, A., Javenre, C., Viscor, G. Ve Venture, J. L. (2002). Heritability of explosive power and anaerobic capacity in humans. European Journal of Applied Physiology, 86, 218-225.
- Ceylan, L., Demirkan, E., Küçük, H., "Farklı Yaş Gruplarındaki Futbolcuların Sprint Zamanları ve Tekrarlı Sprint Düzeylerinin İncelenmesi" International Journal of Science Culture and Sport. 2016; 2148-1148
- Cunha GS, Cumming SP, Valente-dos-Santos J, Duarte JP, Silva G, Dourado AC, Coelho-e-Silva M. (2017). Interrelationships among Jumping Power, Sprinting Power and Pubertal Status after Controlling for Size in Young Male Soccer Players. Perceptual and Motor Skills, 124(2), 329-50.

- Güvenç A, Açıkada C, Aslan A, Özer K. (2011).Daily Physical Activity andPhysicalFitness in 11-to 15-Year-Old TrainedandUntrainedTurkishBoys. *Journal of Sports ScienceandMedicine*, 10(3), 502-14.
- Harmancı, H., Karavelioğlu. M. B., Başkaya. G.,Erzeybek. M. S., "Kadın Futbolcularda Tekrarlı Sprint, Çoklu Sıçrama ve Wingate Testleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi" *Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi • Cilt 1, Sayı 1, ISSN 2536-5150, ss. 109-122 .2016.10*
- Hazır, T. and C. Açıkada, 2002.Reliability of bioelectricimpedanceanalysis in assessing body composition: Comparisonstudy. *Journal of Sports Sciences*, 13(2): 02-18.
- Ingulf, J.,&Burgers, S. (1990).Effects of Training on theAnaerobicCapacity, Norway: Department of Physiology, NationalInstitute of OccupationalHealth.
- Koşar, N., Kin İşler, A., Üniversite öğrencilerinin WingateAnaerobic performans profili ve cinsiyet farklılıkları, *Spor Bilimleri Dergisi.*, 15 (1), 25-38, 2004.
- Matos N, Winsley RJ. (2007).Trainability of YoungAthletesandOvertraining. *Journal of Sports ScienceandMedicine*, 6(3), 353-67.
- Mayhew, J. L.,Hancock, K., Rollisan, L., Ball, T. E. ve Bowen, J. C.,Contributionas of strengthand body compositiontothegenderdifference in anaerobicpower, *Journal of Sports MedicineandPhysicalFitness.*, 41, 33-38, 2001.
- McNarry M, Jones A. (2014).TheInfluence of Training Status on theAerobicandAnaerobicResponsestoExercise in Children: A Review. *EuropeanJournal of SportScience*, 14(1), 57-68.
- Medbø, J. I. &Tabata, I. (1993).Anaerobicenergyrelease in workingmuscle during 30 s to 3 min of exhaustivebicycling. *Journal of AppliedPhysiology*, 75, 1654-1660
- Nguyen, Brian D.;Gillum, Trevor L. (2015).Manipulation of Step HeightandItsEffect on LactateMetabolismDuring a One-Minute Anaerobic Step Test. *TheJournal of Strength&ConditioningResearch*: June 2015 - Volume 29 - Issue 6 - p 1578–1583
- Nummela, A.,Alberts, m., rijntjes, r.P., luhtanen P., rusko, H. (1996).ReliabilityAndValidity Of TheMaximalAnaerobicRunning Test. *Int. J. Sports Med.* 17(Suppl 2), 97-102.
- Özcan, S. 2019 "Anaerobik Basamak Testinin Alan Ve Laboratuvar Testleriyle Karşılaştırılarak İncelenmesi" adlı Yüksek Lisans Tez Çalışması. İstanbul Gedik Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü
- Perroni F, Pintus A, Frandino M, Guidetti L, Baldari C. (2018).RelationshipamongRepeated Sprint Ability, Chronological Age, andPuberty in Young Soccer Players. *TheJournal of StrengthandConditioningResearch*, 32(2), 364-71.
- Querrioga, m.r.,Cavazzotto, T.G., Katayama, K.y., Tartaruga, m.P., Ferreira, S.A. (2013).Validity Of The Rast ForEvaluatingAnaerobicPowerPerformance As ComparedToWingate Test InCyclingAthletes. *Motriz, Rio Claro*, 19(4), 696-702.
- Saavedra, C.,Lagasse, P., Bouchard, C.,Simoneau, J. (1991).Maximalanaerobicperformance of thekneeextensormusclesduringgrowth. *MedicineandScience in SportandExercise*, 23(9), 1083-1089.
- Tharp, G. D., Johnson, G. O., &Thorland, W. G. (1984). Measurement of anaerobicpowerandcapacity in elite youngtrackathletesusingtheWingate test. *TheJournal of sportsmedicineandphysicalfitness*, 24(2), 100-106.
- Yılmaz., A. 2011. "Aerobik Ve Anaerobik Performans Özelliklerinin Tekrarlı Sprint Yeteneği İle İlişkisi" adlı Yüksek Lisans Tez Çalışması. Ankara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü

Futbol Antrenörlerinde Tutkunluk, Mükemmeliyetçilik ve Esenlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Murat Madan^{1}, Cengiz Karagözoğlu²*

¹ İstanbul Gedik Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi

² Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi

*Sorumlu Yazar: muratmadan1@gmail.com

Gönderilme Tarihi: 18.04.2019 – Kabul Tarihi: 10.06.2019

Öz

Bu çalışmanın amacı, futbol antrenörlerinde tutkunluk, mükemmeliyetçilik ve esenlik arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. Araştırmanın bir diğer amacı ise, bu kavramların; yaş, medeni durum, eğitim durumu, antrenörlük yılı, antrenörlük lisans düzeyi ve çalışılan lig türüne göre farklılaşp farklılaşmadığını ortaya koymaktır. Araştırmaya 2018-2019 futbol sezonunda İstanbul'da aktif olarak antrenörlüğü devam eden 320 futbol antrenörü ($x_{\text{yaş}} = 38,48 \pm 9,60$) gönüllü olarak katılmıştır. Veri toplama araçları olarak; "Kişisel Bilgi Formu", "Tutkunluk Ölçeği", "Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği" ve "Algılanan Esenlik Ölçeği" kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda futbol antrenörlerinin tutkunluk, mükemmeliyetçilik ve esenlik puanlarının; yaş, medeni durum, eğitim durumu, antrenörlük yılı, antrenörlük lisans düzeyi ve çalışılan lig türüne göre farklılaşmadığı bulunmuştur ($p > 0.05$). Yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonucunda, kendine yönelik mükemmeliyetçilik alt boyutunun esenliğin tüm alt boyutlarının yordayıcısı olduğu, diğerlerine yönelik mükemmeliyetçiliğin; manevi ve sosyal esenliğin yordayıcısı olduğu, sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçiliğin; duygusal, manevi, sosyal, ve psikolojik esenliğin yordayıcısı olduğu, uyumlu tutkunluğun; duygusal, manevi, sosyal, entelektüel ve fiziksel esenliğin yordayıcısı olduğu, takıntılı tutkunluğun; esenliğin tüm alt boyutlarının yordayıcısı olduğu bulunmuştur ($p < 0.05$).

Anahtar kelimeler: Futbol Antrenörü, Tutkunluk, Mükemmeliyetçilik, Esenlik

Examination of the Relationship Among Passion, Perfectionism and Wellness in Football Coaches

Abstract

The aim of this study is to investigate the relationship among passion, perfectionism and wellness in football coaches. Another purpose of the study is to determine whether these concepts differed according to age, marital status, educational status, coaching year, coaching degree level and the type of league studied. 320 football coaches ($x_{\text{age}} = 38,48 \pm 9,60$) who were actively working in Istanbul participated in the study during the 2018-2019 football season. "Personal Information Form", "The Passion Scale", "The Multidimensional Perfectionism Scale" and "Perceived Wellness Survey" were used as data collection instruments. The results of the analyses showed that the passion, perfectionism and wellness scores of football coaches were not differentiated according to age, marital status, educational status, coaching year, coaching license level and the type of league ($p > 0.05$). As a result of the hierarchical regression analysis, the sub-dimension of self-oriented perfectionism is the predictor of all sub-dimensions of wellness, other-oriented perfectionism is the predictor of spiritual and social wellness, socially prescribed perfectionism is the predictor of emotional, spiritual, social, and physical wellness, harmonious passion is the predictor of emotional, spiritual, social, intellectual and physical wellness, obsessive passion is the predictor of all sub-dimensions of wellness ($p < 0.05$).

Keywords: Football Coach, Passion, Perfectionism, Wellness, Well-being

1. Giriş

Antrenörler, genel anlamda futbolcuların fiziksel, psikolojik ve sosyal kapasitelerinin geliştirilmesine yardımcı olan, bunun için bilimsel antrenman yöntemlerini uygulayan ve bununla ilgili özel eğitim ve öğretimini tamamlayan kişilerdir (Konter, 1996).

Egzersiz ve spor psikolojisi alanında son yıllarda pozitif psikoloji ile ilişkili kavramlar araştırmacılar tarafından ele alınıp, incelenmeye başlamıştır. Tutkunluk, mükemmeliyetçilik ve esenlik alan yazında sıklıkla ele alınıp incelenen kavramlardır. Türk Dil Kurumu'na bakıldığında esenlik kavramı, “esen olma durumu, sağlık, afiyet, sıhhat, selamet, hastalık karşıtı” şeklinde karşılık bulmaktadır (<http://www.tdk.gov.tr>, Erişim tarihi: 2 Nisan 2019). Literatüre bakıldığında ise, bu kavram “wellness” ya da “well-being” olarak kullanılırken, Türkçe kaynaklarda esenlik, iyi olma hali, zindelik, fiziksel uygunluk kelimelerini karşılıyor (Karagözoğlu, 2005). Diğer bir kavram olan mükemmeliyetçilik, gerçek dışı, normalden çok daha yüksek hedefler belirleme ve hedefler için gayret gösterme olarak tarif edilmiştir (Hollander, 1965). Tutkunluk ise, kişinin hoşlandığı ve önem verdiği aktiviteye zaman ve enerji harcayarak gösterdiği sağlam eğilim olarak tanımlanmıştır (Vallerand, Blanchard Mageau, Koestner, Ratelle, Léonard, Gayne ve Marsolais, 2003). Vallerand, Blanchard Mageau, Koestner, Ratelle, Léonard, Gayne ve Marsolais (2003). Tutkunluk kavramını, kişinin hoşlandığı ve önem verdiği aktiviteye zaman ve enerji harcayarak gösterdiği sağlam eğilim olarak tanımlanmıştır. Tutkunluk, aktiviteye katılımı gönüllü olarak bıraksa da gösterilen tutkunluğun türüne bağlı olarak olumlu ve olumsuz sonuçlara dayanak sağlamaktadır (Curran, Appleton, Hill ve Hall, 2011).

Futbol antrenörlüğü uğraşının her geçen gün önemi artmasına rağmen, bu alana katkı sağlayacak çok az çalışma olması da bu araştırmanın çıkış noktası olmuştur. Literatüre bakıldığında, futbol antrenörlerinin tutkunluk, mükemmeliyetçilik ve esenlik durumunun yer aldığı herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Bu bağlamda, bu kavramlar ve alt boyutları arasındaki ilişki ele alınmıştır. Bu çalışmanın amacını, futbol antrenörlerinin tutkunluk, mükemmeliyetçilik ve esenlik durumları arasındaki ilişkinin belirlenmesi oluşturmaktadır. Ayrıca, futbol antrenörlerinin tutkunluk düzeyleri, mükemmeliyetçilik düzeyleri ve esenlik düzeylerinin yaş, medeni hal, eğitim durumu, antrenörlük yılı, lisans düzeyi ve çalıştıkları lig düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemekte bu çalışmanın ikincil amacıdır.

2. Yöntem

Araştırma grubu olasılıksız örneklem yöntemlerinden uygun örneklem yöntemiyle belirlenmiştir. Çalışmaya 2018-2019 sezonunda İstanbul'da aktif olarak antrenörlük yapan üç yüz yirmi ($\bar{x}= 38.48\pm 9.60$) erkek futbol antrenörü gönüllü olarak katılmıştır. Çalışmaya, kadın futbol antrenörü katılmamıştır. Futbol antrenörlerinin iki yüz dördü (%63.7) evli, yüz on altısı (%36.3) bekarlardır. Eğitim durumuna bakıldığında, ilkökul mezunu olan on dördü (%4.4), lise mezunu olan yüz on altı (%36.3), üniversite mezunu olan yüz altmış (%50), yüksek lisans

ve doktora mezunu olan otuz (%9.4) olarak görülmektedir. Antrenörlük yılına bakıldığında, yüz yirmi biri (%37.81) 1-5 yıl arası, doksan beşi (%29.69) 6-10 yıl, elli yedisi (%17.84) 11-15 yıl, kırk yedisi (%14.66) 16 yıl ve üstü olarak görülmektedir. Futbol antrenörlerinin sahip olduğu lisans düzeyi dağılımına bakıldığında, yüz kırk biri (%44.1) TFF C, yüz on üçü (%35.3) UEFA B, otuz dördü (%10.4) UEFA ELİT A, otuz ikisi (%10.0) UEFA A ve UEFA PRO lisansa sahip olduğu görülmektedir. Son olarak futbol antrenörlerinin çalıştığı lig türüne bakıldığında, yirmi yedisi (%8.4) TFF 2.lig ve TFF 3.lig, 35'i (%10.9) Bölgesel Amatör lig, kırk üçü (%13.4) Süper Amatör lig, kırk biri (%12.8) 1. Amatör lig, otuz ikisi (%10) 2.Amatör lig ve yüz kırk ikisi (%44.4) Gençler ligi (U11,12,13,14,15,16,17,19, Akademi Ligleri ve U21 Ligi) görev aldığı görülmektedir.

3. Verileri Toplanma Araçları

Tutkunluk Ölçeği:

Tutkunluk Ölçeği, Vallerand ve ark. (2003) tarafından geliştirilmiştir. Türkçe'ye uyarlama çalışması ise Keleş (2013) tarafından yapılmıştır. Keleş (2013), güvenilirlik ve geçerlik çalışması için tutkunluk ölçeğini Ankara'daki üniversitelerin takım sporlarında mücadele eden 197 sporcuya uygulamıştır. Ölçeğin güvenilirliği Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı ile incelenmiştir. Tutkunluk Ölçeği için hesaplanan iç tutarlık katsayıları uyumlu tutkunluk alt boyutu için 0.83; takıntılı tutkunluk alt boyutu için 0.78 olarak tespit edilmiştir. Uyumlu tutkunluk ve takıntılı tutkunluk olmak üzere iki alt boyuttan oluşan tutkunluk ölçeği, uyumlu ve takıntılı tutkunluk için altışar madde ve tutkunluk seviyesini belirlemek için dört madde olmak üzere toplam on altı maddeden oluşmaktadır. Ölçek yedili likert tipindedir (Vallerand ve ark., 2003).

Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği (ÇBMÖ):

Hewitt ve Flett (1989) tarafından mükemmeliyetçilik eğilimlerini değerlendirmek hedefiyle geliştirilen ÇBMÖ, Oral (1999) tarafından Türkçe'ye uyarlama çalışması yapılmıştır. Kırk beş maddenin yer aldığı ÇBMÖ kendi yönelimli, başkaları yönelimli ve sosyal olarak öngörülen mükemmeliyetçilik olmak üzere üç alt boyuttan oluşmaktadır. ÇBMÖ'nün güvenilirlik çalışması Hewitt ve Flett (1991) tarafından yapılmış, ölçeğin iç tutarlık (Cronbach alfa) katsayıları; kendi yönelik mükemmeliyetçilik için 0.86 ve sosyal olarak öngörülen mükemmeliyetçilik için 0.87 olarak bulunmuştur. Ölçeğin Türkçe formu için Oral (1999) tarafından yapılan güvenilirlik çalışmasında iç tutarlık (Cronbach alfa) katsayıları ölçeğin tamamı için 0.91, kendi yönelik mükemmeliyetçilik için 0.91 ve sosyal olarak öngörülen mükemmeliyetçilik için 0.73 olarak hesaplanmıştır.

Algılanan Esenlik Ölçeği

Algılanan Esenlik Ölçeği (Perceived Wellness Survey) bireylerin fiziksel, psikolojik, duygusal, entelektüel, sosyal ve manevi olmak üzere, altı esenlik alt boyutu algılarını ölçmeyi amaçlamaktadır. Ölçekte her boyut için altı madde vardır. Verilen cevaplar altı puanlı Likert ölçeğinde, tamamen katılıyorum (6) seçeneğinden hiç katılmıyorum (1) seçeneğine kadar değişim gösterir

(Memnun, 2006). Ölçeğin Türkçe'ye geçerlilik ve güvenilirlik çalışması Memnun (2006) tarafından "Algılanan Esenlik Ölçeğinin (Perceived Wellness Scale) Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması ve Beden Eğitimi Öğretmenlerinin Esenlik Algıları" isimli yüksek lisans tezinde yapılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, Cronbach Alpha katsayıları birinci uygulamada, 80.84; ikinci uygulamada ise, 82.33 olarak hesaplanmıştır.

Kişisel bilgi formu

Kişisel bilgi formu, bağımsız değişkenlere ait bilgi toplamak amacıyla araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Burada katılımcıların; yaş, medeni hal, eğitim durumu, antrenörlük yılı, lisans düzeyi ve çalıştıkları lig düzeyini içeren bilgiler toplanmıştır.

Verilerin Toplanması

Tutkunluk Ölçeği, Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği, Algılanan Esenlik Ölçeği ve kişisel bilgi formu 2018-2019 futbol sezonunda aktif olarak görev yapan futbol antrenörlerine yüz yüze görüşme yöntemi ve Google Forms ile oluşturulan online anket ile uygulanmıştır. Ayrıca, etik kurul onayı için Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu Başkanlığı'na başvuruda bulunulmuş ve çalışma için gerekli etik kurul onayı (Protokol No: 18.02.2019-57) alınmıştır.

Verilerin Analizi

Elde edilen verilerin analizinde betimsel istatistik, çoklu hiyerarşik regresyon analizi ve bağımsız örnekleme t testi kullanılmıştır. Öncelikle veri setinde hatalı veriler incelenmiş, gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Daha sonra veri setine ilişkin normal dağılım durumu veya analiz sonuçlarını etkilemesi muhtemel durumlardan kaçınmak (Seçer, 2013) için ve veri setindeki kayıp ve boş veriler incelenmiş ve veri setinde herhangi kayıp ya da boş verinin olmadığı bulunmuştur. Bir sonraki adımda veri setindeki uç değerler ve çok değişkenli normallik varsayımının karşılanıp karşılanmadığı Mahalanobis uzaklık değerleri yardımıyla incelenmiş ve veri setinde herhangi bir uç değer bulunmamıştır. Analizlere geçilmeden önce verilerin normal dağılıp dağılmadığı, aritmetik ortalama, çarpıklık ve basıklık katsayıları gibi betimsel istatistikler (Kline, 2011) üzerinden incelenmiştir. Çoklu Hiyerarşik Regresyon Analizi bağımsız değişkenler olan futbol antrenörlerinin tutkunluk ve mükemmeliyetçilik düzeylerinin bağımlı değişken olan esenliği belirlemedeki rolünü test etmek amacıyla kullanılmıştır. Bu araştırmada yapılan çoklu hiyerarşik regresyon analizinde bağımlı değişken esenliğe ait her alt ölçek, bağımsız değişkenler olan yaş, medeni durum, eğitim durumu, antrenörlük yılı, sahip olunan lisans düzeyi ve çalıştığı lig türü kontrol değişkeni olarak modelin birinci adımında, mükemmeliyetçilik ikinci adımda ve tutkunluk ise modele üçüncü adımda dâhil edilmiştir. Futbol antrenörlerinin tutkunluk düzeylerinin, mükemmeliyetçilik düzeylerinin ve esenlik düzeylerinin medeni duruma göre karşılaştırılması amacı ile bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Verilerin analizinde SPSS 25.0 programından yararlanılmıştır.

4. Bulgular

Futbol antrenörlerinin tutkunluk, mükemmeliyetçilik ve esenlik düzeylerinin; yaş, medeni hal, eğitim durumu, antrenörlük yılı, lisans düzeyi ve çalıştıkları lig düzeyine göre farklılık göstermediği bulunmuştur ($p>0.05$). Ayrıca, futbol antrenörlerinin esenlik düzeylerinin alt boyutlarını yordayan değişkenleri belirlemek için birinci adımda çok boyutlu mükemmeliyetçilik ölçeği alt boyutları ve ikinci adımda tutkunluk ölçeği alt boyutları girilmiştir.

Tablo 4.1. Futbol Antrenörlerinin Esenlik Düzeylerinin Duygusal Esenlik Alt Boyutunun Yordanmasına İlişkin Hiyerarşik Regresyon Analizi Bulguları

	B	t	p	R	R2	Düzeltilmiş R2	F
Model 1							
Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.38	6.37	0.00				
Diğerlerine Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.04	-0.76	0.44	0.38	0.14	0.12	16.06*
Sosyal Düzene Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.22	-3.91	0.00				
Model 2							
Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.39	6.11	0.00				
Diğerlerine Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.07	-1.28	0.20				
Sosyal Düzene Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.13	-2.11	0.04	0.42	0.17	0.15	5.78*
Uyumlu Tutkunluk	0.12	2.02	0.04				
Takıntılı Tutkunluk	-0.21	-3.22	0.01				

Modele birinci adımda girilen mükemmeliyetçilik düzeylerinin özgün katkısı model içerisinde anlamlıdır ve duygusal esenliğin açıklanmasına katkısı %11'dir ($R=0.38$; $R^2=0.14$; Düzeltilmiş $R^2=0.12$; ($F=16.06$, $p<0.05$)). Modele ikinci adımda girilen tutkunluk düzeylerinin özgün katkısı model içerisinde anlamlıdır ve duygusal esenliğin açıklanmasına katkısı %3'tür ($R=0.42$; $R^2=0.17$; Düzeltilmiş $R^2=0.15$; ($F=5.78$, $p<0.05$)). Yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonucunda, duygusal esenlik ile kendine yönelik mükemmeliyetçilik arasında pozitif ($\beta=0.38$, $p<0.05$), Sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçilik arasında negatif ($\beta=-0.22$, $p<0.05$) anlamlı ilişki bulunmuştur. Ayrıca, duygusal esenlik ile uyumlu tutkunluk arasında pozitif ($\beta=0.12$, $p<0.05$), takıntılı tutkunluk arasında negatif ($\beta=-0.21$, $p<0.05$) anlamlı ilişki bulunmuştur.

Tablo 4.2. Futbol Antrenörlerinin Esenlik Düzeylerinin Manevi Esenlik Alt Boyutunun Yordanmasına İlişkin Hiyerarşik Regresyon Analizi Bulguları

	B	t	p	R	R2	Düzeltilmiş R2	F
Model 1							
Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.33	6.14	0.00				
Diğerlerine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.26	4.99	0.00	0.53	0.28	0.26	36.22*
Sosyal Düzene Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.33	-6.45	0.00				
Model 2							
Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.30	5.35	0.00				
Diğerlerine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.22	4.40	0.00				
Sosyal Düzene Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.21	-3.85	0.00	0.60	0.36	0.33	19.15*
Uyumlu Tutkunluk	0.28	5.25	0.00				
Takıntılı Tutkunluk	-0.27	-4.74	0.00				

Modele birinci adımda girilen mükemmeliyetçilik düzeylerinin özgün katkısı model içerisinde anlamlıdır ve manevi esenliğin açıklanmasına katkısı %25'dir ($R=0.53$; $R^2=0.28$; Düzeltilmiş $R^2=0.26$; ($F=36.22$, $p<0.05$). Modele ikinci adımda girilen tutkunluk düzeylerinin özgün katkısı model içerisinde anlamlıdır ve manevi esenliğin açıklanmasına katkısı %8'dir ($R=0.60$; $R^2=0.36$; Düzeltilmiş $R^2=0.33$; ($F=19.15$, $p<0.05$). Yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonucunda, manevi esenlik ile kendine yönelik mükemmeliyetçilik ($\beta=0.33$, $p<0.05$) ve diğerlerine yönelik mükemmeliyetçilik arasında pozitif ($\beta=0.26$, $p<0.05$), Sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçilik arasında negatif ($\beta= -0.33$, $p<0.05$) anlamlı ilişki bulunmuştur. Ayrıca, manevi esenlik ile uyumlu tutkunluk arasında pozitif ($\beta=0.28$, $p<0.05$), takıntılı tutkunluk arasında negatif ($\beta= -0.27$, $p<0.05$) anlamlı ilişki bulunmuştur.

Tablo 4.3. Futbol Antrenörlerinin Esenlik Düzeylerinin Sosyal Esenlik Alt Boyutunun Yordanmasına İlişkin Hiyerarşik Regresyon Analizi Bulguları

	B	t	p	R	R2	Düzeltilmiş R2	F
Model 1							
Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.27	4.80	0.00				
Diğerlerine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.16	3.00	0.00	0.50	0.25	0.23	31.93*
Sosyal Düzene Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.45	-8.62	0.00				

	B	t	p	R	R2	Düzeltilmiş R2	F
Model 2							
Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.27	4.67	0.00				
Diğerlerine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.12	2.32	0.02				
Sosyal Düzene Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.33	-5.92	0.00	0.55	0.31	0.28	12.60*
Uyumlu Tutkunluk	0.18	3.26	0.00				
Takıntılı Tutkunluk	-0.27	-4.63	0.00				

Modele birinci adımda girilen mükemmeliyetçilik düzeylerinin özgün katkısı model içerisinde anlamlıdır ve sosyal esenliğin açıklanmasına katkısı %20'dir ($R=0.50$; $R^2=0.25$; Düzeltilmiş $R^2=0.23$; ($F=31.93$, $p<0.05$). Modele ikinci adımda girilen tutkunluk düzeylerinin özgün katkısı model içerisinde anlamlıdır ve sosyal esenliğin açıklanmasına katkısı %5'dir ($R=0.55$; $R^2=0.31$; Düzeltilmiş $R^2=0.28$; ($F=12.60$, $p<0.05$). Yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonucunda, sosyal esenlik ile kendine yönelik mükemmeliyetçilik ($\beta=0.27$, $p<0.05$) ve diğerlerine yönelik mükemmeliyetçilik arasında pozitif ($\beta=0.16$, $p<0.05$), Sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçilik arasında negatif ($\beta= -0.45$, $p<0.05$) anlamlı ilişki bulunmuştur. Ayrıca, sosyal esenlik ile uyumlu tutkunluk arasında pozitif ($\beta=0.18$, $p<0.05$), takıntılı tutkunluk arasında negatif ($\beta= -0.27$, $p<0.05$) anlamlı ilişki bulunmuştur.

Tablo 4.4. Futbol Antrenörlerinin Esenlik Düzeylerinin Sosyal Esenlik Alt Boyutunun Yordanmasına İlişkin Hiyerarşik Regresyon Analizi Bulguları

	B	t	p	R	R2	Düzeltilmiş R2	F
Model 1							
Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.33	5.84	0.00				
Diğerlerine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.07	1.18	0.24	0.47	0.22	0.19	26.12*
Sosyal Düzene Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.40	-7.39	0.00				
Model 2							
Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.37	6.11	0.00				
Diğerlerine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.04	0.72	0.47				
Sosyal Düzene Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.32	-5.45	0.00	0.49	0.24	0.21	4.69*
Uyumlu Tutkunluk	0.03	0.49	0.62				
Takıntılı Tutkunluk	-0.19	-3.02	0.00				

Modele birinci adımda girilen mükemmeliyetçilik düzeylerinin özgün katkısı model içerisinde anlamlıdır ve psikolojik esenliğin açıklanmasına katkısı %19'dur ($R=0.47$; $R^2=0.22$; Düzeltilmiş $R^2=0.19$; ($F=26.12$, $p<0.05$). Modele ikinci adımda girilen tutkunluk düzeylerinin özgün katkısı model içerisinde anlamlıdır ve psikolojik esenliğin açıklanmasına katkısı %2'dir ($R=0.49$; $R^2=0.24$; Düzeltilmiş $R^2=0.21$; ($F=4.69$, $p<0.05$). Yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonucunda, psikolojik esenlik ile kendine yönelik mükemmeliyetçilik ($\beta=0.33$, $p<0.05$) ve sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçilik arasında negatif ($\beta= -0.40$, $p<0.05$) anlamlı ilişki bulunmuştur. Ayrıca, psikolojik esenlik ile takıntılı tutkunluk arasında negatif ($\beta= -0.19$, $p<0.05$) anlamlı ilişki bulunmuştur.

Tablo 4.5. Futbol Antrenörlerinin Esenlik Düzeylerinin Entelektüel Esenlik Alt Boyutunun Yordanmasına İlişkin Hiyerarşik Regresyon Analizi Bulguları

	B	t	p	R	R2	Düzeltilmiş R2	F
Model 1							
Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.40	6.69	0.00				
Diğerlerine Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.08	-1.13	0.18	0.38	0.14	0.12	15.20*
Sosyal Düzene Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.10	-1.86	0.07				
Model 2							
Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.38	6.00	0.00				
Diğerlerine Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.10	-1.79	0.08				
Sosyal Düzene Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.03	-0.43	0.66	0.41	0.17	0.14	5.37*
Uyumlu Tutkunluk	0.15	2.64	0.01				
Takıntılı Tutkunluk	-0.17	-2.66	0.01				

Modele birinci adımda girilen mükemmeliyetçilik düzeylerinin özgün katkısı model içerisinde anlamlıdır ve entelektüel esenliğin açıklanmasına katkısı %8'dir ($R=0.38$; $R^2=0.14$; Düzeltilmiş $R^2=0.12$; ($F=15.20$, $p<0.05$). Modele ikinci adımda girilen tutkunluk düzeylerinin özgün katkısı model içerisinde anlamlıdır ve entelektüel esenliğin açıklanmasına katkısı %2'dir ($R=0.41$; $R^2=0.17$; Düzeltilmiş $R^2=0.14$; ($F=5.37$, $p<0.05$). Yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonucunda, entelektüel esenlik ile kendine yönelik mükemmeliyetçilik ($\beta=0.40$, $p<0.05$) anlamlı ilişki bulunmuştur. Ayrıca, entelektüel esenlik ile uyumlu tutkunluk arasında pozitif ($\beta=0.15$, $p<0.05$), takıntılı tutkunluk arasında negatif ($\beta= -0.17$, $p<0.05$) anlamlı ilişki bulunmuştur.

Tablo 4.6. Futbol Antrenörlerinin Esenlik Düzeylerinin Fiziksel Esenlik Alt Boyutunun Yordanmasına İlişkin Hiyerarşik Regresyon Analizi Bulguları

	B	t	p	R	R2	Düzeltilmiş R2	F
Model 1							
Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.38	6.49	0.00				
Diğerlerine Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.04	-0.64	0.52	0.39	0.16	0.13	16.86*
Sosyal Düzene Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.22	-4.04	0.00				
Model 2							
Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0.31	5.27	0.00				
Diğerlerine Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.08	-1.57	0.12				
Sosyal Düzene Yönelik Mükemmeliyetçilik	-0.08	-1.45	0.15	0.54	0.29	0.26	29.24*
Uyumlu Tutkunluk	0.39	7.05	0.00				
Takıntılı Tutkunluk	-0.30	-4.99	0.00				

Modele birinci adımda girilen mükemmeliyetçilik düzeylerinin özgün katkısı model içerisinde anlamlıdır ve fiziksel esenliğin açıklanmasına katkısı %13'tür ($R=0.39$; $R^2=0.16$; Düzeltilmiş $R^2=0.13$; ($F=16.86$, $p<0.05$). Modele ikinci adımda girilen tutkunluk düzeylerinin özgün katkısı model içerisinde anlamlıdır ve fiziksel esenliğin açıklanmasına katkısı %13'tür ($R=0.59$; $R^2=0.29$; Düzeltilmiş $R^2=0.26$; ($F=29.24$, $p<0.05$). Yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonucunda, fiziksel esenlik ile kendine yönelik mükemmeliyetçilik arasında pozitif ($\beta=0.38$, $p<0.05$), Sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçilik arasında negatif ($\beta= -0.22$, $p<0.05$) anlamlı ilişki bulunmuştur. Ayrıca, fiziksel esenlik ile uyumlu tutkunluk arasında pozitif ($\beta=0.39$, $p<0.05$), takıntılı tutkunluk arasında negatif ($\beta= -0.30$, $p<0.05$) anlamlı ilişki bulunmuştur.

5. Tartışma

Bu araştırmanın amacı, futbol antrenörlerinin tutkunluk, mükemmeliyetçilik ve esenlik düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemektir. Ayrıca, futbol antrenörlerinin yaş, medeni durum, eğitim durumu, antrenörlük yılı, sahip olunan lisans düzeyi ve çalıştığı lig türü durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemektir.

Futbol Antrenörlerinin tutkunluk düzeylerinin yaş açısından farklılaşıp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde uyumlu tutkunluk ve takıntılı tutkunluk alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Yapılan çalışmalarda uyumlu tutkunluk ve takıntılı tutkunluğun yaşa göre farklılaşmadığı bulunmuştur

(Güllü, 2018; Mageau ve ark., 2009; Lafreniere ve ark., 2012). Bulgulara göre, genç veya ilerlemiş yaşta olmanın aktiviteye tutkun olmada herhangi bir etkisi olmadığı söylenebilir. Futbol Antrenörlerinin mükemmeliyetçilik düzeylerinin yaş açısından farklılaşıp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde kendine yönelik mükemmeliyetçilik, diğerlerine yönelik mükemmeliyetçilik ve sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçilik alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Çalışmada elde edilen bulgulara paralel olarak, triatlon sporcularında yapılan bir çalışmada, mükemmeliyetçilik düzeylerinin yaşa göre farklılaşmadığı bulunmuştur (Stoeber ve ark., 2009). Bulgulara göre, genç veya ilerlemiş yaşta olmanın mükemmeliyetçilik düzeyine herhangi bir etkisi olmadığı söylenebilir. Futbol Antrenörlerinin esenlik düzeylerinin yaş açısından farklılaşıp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde duygusal, manevi, sosyal, psikolojik, entelektüel ve fiziksel esenlik alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Karagözoğlu'nun (2013) futbol hakemlerinde yaptığı bir çalışmada, esenlik durumunun yaşa göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Yapılan bir başka çalışmada, esenlik algısının yaşa göre farklılaşmadığı bulunmuştur (Deniz, 2017). Buradaki sonuçlar çalışmayı desteklemektedir. Bulgulara göre, genç veya ilerlemiş yaşta olmanın esenlik düzeyine herhangi bir etkisi olmadığı söylenebilir. Futbol Antrenörlerinin tutkunluk düzeylerinin medeni durum açısından farklılaşıp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde uyumlu tutkunluk ve takıntılı tutkunluk alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Forest, Mageau, Sarrazin ve Morin'in (2011) yaptığı çalışmada, medeni duruma göre tutkunluk düzeyinin farklılaşmadığı bulunmuştur. Buradaki bulgular, çalışmayı destekler niteliktedir. Bir başka deyişle, evli veya bekâr olmanın futbol antrenörlüğüne tutkun olmaya etkisi olmadığı söylenebilir. Futbol Antrenörlerinin mükemmeliyetçilik düzeylerinin medeni durum açısından farklılaşıp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde kendine yönelik mükemmeliyetçilik, diğerlerine yönelik mükemmeliyetçilik ve sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçilik alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Çalışmada elde edilen bulgularına paralel çalışmalar bulunmaktadır. Futbolcuların mükemmeliyetçilik özelliklerinin ve stres algılarının incelendiği bir çalışmada, mükemmeliyetçilik düzeyinin medeni duruma göre farklılaşmadığı bulunmuştur (Erdoğan, Topuz ve Bahadır, 2018). Bir başka deyişle, evli veya bekâr olmanın mükemmeliyetçilik düzeyine etkisi olmadığı söylenebilir. Futbol Antrenörlerinin esenlik düzeylerinin medeni durum açısından farklılaşıp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde duygusal, manevi, sosyal, psikolojik, entelektüel ve fiziksel esenlik alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Yapılan bir çalışmada, esenlik düzeyinin medeni duruma göre farklılaşmadığı bulunmuştur (Çakıcı, 2010). Futbol Antrenörlerinin tutkunluk düzeylerinin eğitim düzeyi açısından farklılaşıp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde uyumlu tutkunluk ve takıntılı tutkunluk alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Bu bulguya göre, futbol antrenörlerinin ilkökul mezunu olması veya doktora mezunu olmasının futbol antrenörlüğüne tutkun

olmasına bir etkisi bulunmamaktadır. Futbol Antrenörlerinin mükemmeliyetçilik düzeylerinin eğitim düzeyi açısından farklılaşıp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde kendine yönelik mükemmeliyetçilik, diğerlerine yönelik mükemmeliyetçilik ve sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçilik alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Çalışmada elde edilen bulgularına paralel çalışmalar bulunmaktadır. Futbolcuların mükemmeliyetçilik özelliklerinin ve stres algılarının incelendiği bir çalışmada, mükemmeliyetçilik düzeyinin eğitim düzeyine göre farklılaşmadığı bulunmuştur (Erdoğan ve ark., 2018). Bu bulguya göre, futbol antrenörlerinin ilkökul mezunu olması veya doktora mezunu olmasının futbol antrenörlerinin mükemmeliyetçilik düzeyine bir etkisi bulunmamaktadır. Futbol Antrenörlerinin esenlik düzeylerinin eğitim düzeyi açısından farklılaşıp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde duygusal, manevi, sosyal, psikolojik, entelektüel ve fiziksel esenlik alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Deniz'in (2017) yaptığı çalışmada, esenlik düzeyinin eğitim düzeyine göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Bu sonuç, çalışmadaki sonuca paraleldir. Bu bulguya göre, futbol antrenörlerinin ilkökul mezunu olması veya doktora mezunu olmasının futbol antrenörlerinin esenlik düzeyine bir etkisi bulunmamaktadır. Futbol Antrenörlerinin tutkunluk düzeylerinin antrenörlük yılı açısından farklılaşıp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde uyumlu tutkunluk ve takıntılı tutkunluk alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Güllü'nün (2018) tutkunluğun sporcu-antrenör ilişkisi üzerine etkisini incelediği çalışmada, tutkunluk düzeyinin farklı spor deneyime (yılına) sahip sporcularda farklılaşmadığı bulunmuştur. Buradaki sonuç, araştırmanın sonuçlarını desteklemektedir. Seksen altı müzisyen ve yüz kırk beş sporcuda yapılan bir çalışmada, tutkunluk düzeyinin deneyime göre farklılaşmadığı bulunmuştur (Mageau ve ark., 2009). Hakemlerde tutkunluğun incelendiği bir çalışmada deneyime göre tutkunluğun farklılaşmadığı bulunmuştur (Philippe ve ark., 2009). Bu çalışmalardaki bulgular da çalışmada elde edilen bulguları desteklemektedir. Kelecek ve arkadaşlarının (2015) yaptığı çalışmada, tutkunluk düzeyinin mesleki deneyime göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Sonuç olarak, futbol antrenörlüğüne yeni başlayan futbol antrenörlerinin veya yüksek deneyime sahip futbol antrenörlerinin tutkunluk düzeyinin deneyime göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Futbol Antrenörlerinin mükemmeliyetçilik düzeylerinin antrenörlük yılı açısından farklılaşıp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde kendine yönelik mükemmeliyetçilik, diğerlerine yönelik mükemmeliyetçilik ve sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçilik alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Çalışmada elde edilen bulgulara paralel olarak, triatlon sporcularında yapılan bir çalışmada, mükemmeliyetçilik düzeylerinin spor deneyimine göre farklılaşmadığı bulunmuştur (Stoeber ve ark., 2009). Sonuç olarak, futbol antrenörlüğüne yeni başlayan futbol antrenörleri ya da yüksek deneyime sahip futbol antrenörlerinin mükemmeliyetçilik düzeylerinin deneyime göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Futbol Antrenörlerinin esenlik düzeylerinin antrenörlük yılı

açısından farklılaşp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde duygusal, manevi, sosyal, psikolojik, entelektüel ve fiziksel esenlik alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Deniz'in (2017) yapmış olduğu çalışmada, esenlik düzeyinin deneyime göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Bu sonuç, çalışmadaki sonuca paraleldir. Bununla birlikte, Özen ve arkadaşlarının (2016) yapmış olduğu çalışmada spor yapma yılına göre esenlik algısının değişmediği bulunmuştur. Karagözoğlu'nun (2013) futbol hakemlerinin esenlik algılarını incelediği bir çalışmada, hakemlik yılının fiziksel ve manevi esenlik ile negatif ilişkili olduğu bulunmuştur. Bu sonuç, çalışmada elde edilen sonuçları desteklemektedir. Sonuç olarak, futbol antrenörlüğüne yeni başlayan futbol antrenörlerinin ya da yüksek deneyime sahip futbol antrenörlerinin esenlik düzeyinin deneyime göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Futbol Antrenörlerinin tutkunluk düzeylerinin lisans düzeyi açısından farklılaşp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde uyumlu tutkunluk ve takıntılı tutkunluk alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Futbol antrenörlüğünde lisans düzeyinin ilerlemesi için belli liglerde bir süre çalışmak gerekmektedir. Buna göre, futbol antrenörlerinin lisansa göre tutkunluk eğilimleri antrenörlük yılında elde edilen sonuçlar ile benzer özellikler taşıması beklenen bir durumdur (Güllü, 2018; Mageau ve ark., 2009). Sonuç olarak, futbol antrenörlüğüne yeni başlayan futbol antrenörleri ile yüksek deneyime sahip futbol antrenörlerinin tutkunluk düzeyinin lisans düzeyine göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Futbol Antrenörlerinin mükemmeliyetçilik düzeylerinin lisans düzeyi açısından farklılaşp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde kendine yönelik mükemmeliyetçilik, diğerlerine yönelik mükemmeliyetçilik ve sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçilik alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Futbol antrenörlüğünde lisans düzeyinin ilerlemesi için belli liglerde bir süre çalışmak gerekmektedir. Buna göre, futbol antrenörlerinin lisansa göre mükemmeliyetçilik düzeylerinin antrenörlük yılında elde edilen sonuçlar ile benzer özellikler taşıması beklenen bir durumdur (Stoeber ve ark., 2009). Sonuç olarak, futbol antrenörlüğüne yeni başlayan futbol antrenörleri ile yüksek deneyime sahip futbol antrenörlerinin mükemmeliyetçilik düzeyinin lisans düzeyine göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Futbol Antrenörlerinin esenlik düzeylerinin lisans düzeyi açısından farklılaşp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde duygusal, manevi, sosyal, psikolojik, entelektüel ve fiziksel esenlik alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Çakıcı'nın (2010) yapmış olduğu çalışmada, esenlik düzeyinin unvana göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Bu bulgu, çalışmadaki sonuç ile paraleldir. Sonuç olarak, futbol antrenörlüğüne yeni başlayan futbol antrenörleri ile yüksek deneyime sahip futbol antrenörlerinin esenlik düzeyinin lisans düzeyine göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Futbol Antrenörlerinin tutkunluk düzeylerinin lig türü açısından farklılaşp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde uyumlu tutkunluk ve takıntılı tutkunluk alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Buna göre, gençler liginde ya da TFF 2.lig'te çalışan futbol antrenörlerinin tutkunluk düzeyi lig türüne göre

farklılaşmamaktadır. Philippe ve arkadaşlarının (2009) yapmış olduğu çalışmada tutkunluk düzeyinin lig türüne göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Tutkunluk ve psikolojik uyumun incelendiği bir çalışmada, tutkunluk düzeyinin lig türüne göre farklılaşmadığı bulunmuştur (Amiot, Vallerand ve Blanchard, 2006). Bu bulgular, çalışmada bulunan sonuçları desteklemektedir. Futbol Antrenörlerinin esenlik düzeylerinin lig türü açısından farklılaşp farklılaşmadıklarını test etmeye yönelik yapılan analizlerde duygusal, manevi, sosyal, psikolojik, entelektüel ve fiziksel esenlik alt boyutlarında fark olmadığı bulunmuştur. Memnun'un (2006) yapmış olduğu çalışmada, görev adına kademeye göre esenlik algılarının değişmediği bulunmuştur. Bu sonuç, araştırmanın sonucunu desteklemektedir. Buna göre, gençler liginde ya da TFF 2.lig'te çalışan futbol antrenörlerinin esenlik düzeyi lig türüne göre farklılaşmamaktadır. Futbol antrenörlerinin kendine yönelik mükemmeliyetçilik düzeyleri ile duygusal esenlik düzeyleri arasında pozitif anlamlı ilişki bulunmuştur. Bu bulguya göre, kendileri için yüksek standartlar belirleyen, yapabileceklerinin farkında olan ve öz güven sahibi olan mükemmeliyetçi futbol antrenörlerinin duygusal esenlik düzeylerinin yüksek çıkması öngörülebilir bir durumdur. Futbol antrenörlerinin sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçilik düzeyleri ile duygusal esenlik düzeyleri arasında negatif anlamlı ilişki bulunmuştur. Sosyal düzene yönelik mükemmeliyet bireylerin, toplum tarafından belirlenmiş kurallara mükemmel şekilde uymayı ve diğerlerinin buna sürdürmesini beklemektedir. Futbol antrenörleri için ise çalıştığı futbol kulübü ve federasyon gibi kurumların belirlediği kurallara mükemmel şekilde uymayı kapsadığı söylenebilir. Ancak, bu beklentinin kimi zaman karşılanamadığı durumlar olabilmektedir. Bu durumda futbol antrenörlerinin iç dünyası sarsılmakta ve duygusal dengesi bozulmaktadır şeklinde yorumlanabilir. Araştırmanın sonuçlarını literatür de desteklemektedir. Gaudreau ve Verner-Fillion'un (2012) yapmış olduğu çalışmada, kendine yönelik mükemmeliyetçi sporcuların esenliğin tüm alt boyutlarında yüksek puanlar elde ettiği görülmüştür. Bununla birlikte, sosyal düzene mükemmeliyetçi sporcuların esenliğin tüm alt boyutlarında düşük puanlar aldığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, Miquelon, Vallerand, Grouzet ve Cardinal'ın (2005) yapmış olduğu çalışmada kendisine yönelik mükemmeliyetçilik ile esenlik arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Buradaki sonuçlar da çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir. Futbol antrenörlerinin uyumlu tutkunluk düzeyleri ile duygusal esenlik düzeyleri arasında pozitif anlamlı ilişki olması öngörülebilir durumdur. Uyumlu tutkunluğa sahip futbol antrenörleri yaptığı iş ile uyum içindedir ve yaptığı işten zevk almaktadır. Bu nedenle, duygusal esenliğe olumlu katkı sağlaması beklenen bir durumdur. Çalışmada elde edilen sonuçlardan biri de takıntılı tutkunluk ile duygusal esenlik arasında negatif anlamlı ilişki olduğu yönündedir. Futbol antrenörlüğüne takıntılı tutkun olan antrenörler, yaptığı ile karşı kontrol edilemeyen bir isteğe sahip olabilir. Duygusal esenlik ise, duyguların farkında olmayı ve duygularını kontrol edebilmeyi içermektedir. Bu durumda da takıntılı tutkunluk ile duygusal esenlik arasında negatif ilişki olması öngörülebilir bir durumdur. Rousseau ve

Vallerand'ın (2008) yapmış olduğu araştırmada, uyumlu tutkunluk ile esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile esenlik arasında negatif ilişki bulunmuştur. Ayrıca, Bonneville-Roussy ve Vallerand'ın (2018), Philippe ve arkadaşları'nın (2009), Vallerand ve arkadaşları'nın (2007), Forest ve arkadaşları'nın (2011), Carpentier, Mageau, Vallerand (2011) yapmış olduğu çalışmalarda da uyumlu tutkunluk ile esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile negatif ilişki bulunmuştur. Bu bulgular da çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir.

Kendine yönelik mükemmeliyetçilik ve diğerlerine yönelik mükemmeliyetçilik ile manevi esenlik arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Manevi esenliğe sahip futbol antrenörleri hayat amacını bilen, kendini gerçekleştirmek için farkındalığa sahip olan bireylerdir. Kendine yönelik mükemmeliyetçi futbol antrenörleri de sürekli en iyisini yapmaya ve en sonuçları almaya, başarılı olmaya gayret eden ve hedeflerini belirlemiş bireylerdir. Bu nedenle, kendine yönelik mükemmeliyetçi yönelimin manevi esenliği pozitif etkilediği söylenebilir. Bunun yanı sıra, diğerlerine yönelik mükemmeliyetçi futbol antrenörleri de ekip arkadaşlarının ve futbolcuların da kendileri gibi herhangi bir işi en iyi şekilde yapmasını beklemektedir. Dolaylı olarak, diğerlerinin de başarılı olmasını beklemektedir. Bu durumu da diğerleri için hayat amacı sahip olmayı ve kendini gerçekleştirmelerini arzulamak, onlar için beklentiye girmek olarak yorumlanabilir. Futbol antrenörlerinin de başarıları, çalıştırdığı takımının alacağı sonuçlara yani başkalarının çabalarına bağlı olduğu için diğerlerine yönelik mükemmeliyetçilik ile manevi esenlik arasında pozitif ilişki olması beklenen bir durumdur. Sosyal düzene mükemmeliyetçilik ile manevi esenlik arasında negatif anlamlı ilişki bulunmuştur. Futbol antrenörlerinin sosyal normlara mükemmel şekilde uymaya çalışmasının, onlar üstünde baskı yarattığı ve manevi esenliği düşürdüğü şeklinde yorumlanabilir. Araştırmanın sonuçlarını literatür de desteklemektedir. Gaudreau ve Verner-Fillion'un (2012) yapmış olduğu çalışmada, kendine yönelik mükemmeliyetçi sporcuların esenliğin tüm alt boyutlarında yüksek puanlar elde ettiği görülmüştür. Bununla birlikte, sosyal düzene mükemmeliyetçi sporcuların esenliğin tüm alt boyutlarında düşük puanlar aldığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, Miquelon, Vallerand, Grouzet ve Cardinal'ın (2005) yapmış olduğu araştırmada kendisine yönelik mükemmeliyetçilik ile esenlik arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Buradaki sonuçlar da çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir. Manevi esenlik, uyumlu tutkunluk ile pozitif, takıntılı tutkunluk ile negatif anlamlı ilişkilidir. Amaçları doğrultusunda hareket eden, onları gerçekleştirmek için çabalayan futbol antrenörlerinin uyumlu tutkunluk düzeyinin yüksek çıkması beklenen bir durumdur. Bunun da manevi esenliği arttırdığı şeklinde yorumlanabilir. Bununla birlikte, futbol antrenörlüğüne takıntılı tutkunluk olan antrenörlerin yaptığı işe oldukça fazla zaman harcadığı ve yaşamdaki diğer aktiviteleri ihmal ettiği söylenebilir. Böylece, takıntılı tutkunluk ile manevi esenliğin negatif ilişkili olması öngörülebilir bir durumdur. Rousseau ve Vallerand'ın (2008) yapmış olduğu araştırmada, uyumlu tutkunluk ile esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile esenlik arasında negatif ilişki bulunmuştur. Ayrıca, Bonneville-Roussy ve Vallerand'ın (2018), Philippe ve arkadaşları'nın (2009), Vallerand ve arkadaşları'nın (2007), Forest ve arkadaşları'nın (2011), Carpentier, Mageau, Vallerand (2011) yapmış olduğu çalışmalarda da uyumlu tutkunluk ile esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile negatif ilişki bulunmuştur. Bu bulgular da çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir.

Vallerand ve arkadaşları'nın (2007), Forest ve arkadaşları'nın (2011), Carpentier, Mageau, Vallerand (2011) yapmış olduğu çalışmalarda da uyumlu tutkunluk ile esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile negatif ilişki bulunmuştur. Bu bulgular da çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir.

Kendisine yönelik mükemmeliyetçilik literatürde pozitif bir özellik olarak öne çıkmaktadır. Bu yönetime sahip futbol antrenörleri, her zaman daha iyisini yapmak için çabalayan bireyler olarak değerlendirilmektedir. Psikolojik esenlik ise, tüm yönleriyle iyimserlik eğilimidir. Bu tarz mükemmeliyetçilik eğilimine sahip futbol antrenörlerinin çabaları doğrultusunda her zaman en iyi sonucu alacağı, en performansı ortaya koyacağı düşüncesi psikolojik esenliği pozitif yordama nedenini açıklamaktadır. Diğer yandan, sosyal düzene mükemmeliyetçilik ile psikolojik esenlik negatif ilişkilidir. Futbol antrenörleri, bir grup futbolcu ve teknik ekip ile çalışmaktadır. Futbol antrenörleri kimi zaman futbolculardan ve teknik ekibinden ulaşılması güç hedefleri gerçekleştirmelerini beklemektedir. Ancak, bu belirlenen hedeflere ulaşılması kimi zaman karşılık bulamamaktadır. Futbol antrenörlerinin bu beklentileri yeterince karşılanmadığında, psikolojik esenlikleri düşmektedir şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmanın sonuçlarını literatür de desteklemektedir. Gaudreau ve Verner-Fillion'un (2012) yapmış olduğu çalışmada, kendine yönelik mükemmeliyetçi sporcuların esenliğin tüm alt boyutlarında yüksek puanlar elde ettiği görülmüştür. Bununla birlikte, sosyal düzene mükemmeliyetçi sporcuların esenliğin tüm alt boyutlarında düşük puanlar aldığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, Miquelon, Vallerand, Grouzet ve Cardinal'ın (2005) yapmış olduğu araştırmada kendisine yönelik mükemmeliyetçilik ile esenlik arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Buradaki sonuçlar da çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir. Literatürde yer alan diğer çalışmalarda da pozitif mükemmeliyetçilik ile psikolojik esenlik arasında pozitif, negatif mükemmeliyetçilik ile psikolojik esenlik arasında negatif ilişki bulunmuştur (Geranmayepour ve Besharat, 2010; Kanten ve Yesiltas, 2015). Buradaki sonuçlar da çalışmadaki sonuçlar ile benzerlik göstermektedir.

Son olarak, psikolojik esenlik ile takıntılı tutkunluk negatif anlamlı ilişkilidir. Futbol antrenörlüğüne takıntılı tutkun olan antrenörler, takımının aldığı kötü sonuçlardan sonra kendisini fazlasıyla kötü hissedebilirler. Bu durumda da futbol antrenörlerinin genel olarak takımına bakış açısı olumsuz dönüşebilir ve iyimserlik eğilimini kaybedebilir şeklinde yorumlanabilir. Rousseau ve Vallerand'ın (2008) yapmış olduğu araştırmada, uyumlu tutkunluk ile esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile esenlik arasında negatif ilişki bulunmuştur. Ayrıca, Bonneville-Roussy ve Vallerand'ın (2018), Philippe ve arkadaşları'nın (2009), Vallerand ve arkadaşları'nın (2007), Forest ve arkadaşları'nın (2011), Carpentier, Mageau, Vallerand (2011) yapmış olduğu çalışmalarda da uyumlu tutkunluk ile esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile negatif ilişki bulunmuştur. Bu bulgular da çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir.

Kendisine yönelik mükemmeliyetçi futbol antrenörlerinin kendini geliştirme arzusu, yeni bilgiler, deneyimler

kazanmaya teşvik eder. Bu bireyler okurlar, incelerler ve en iyisini yapmaya gayret ederler. Bununla bağlantılı olarak, kendine yönelik mükemmeliyetçi yönelimine sahip futbol antrenörlerinin entelektüel esenlik puanlarının yüksek çıkması öngörülebilir bir durumdur. Araştırmanın sonuçlarını literatür de desteklemektedir. Gaudreau ve Verner-Fillion'un (2012) yapmış olduğu çalışmada, kendine yönelik mükemmeliyetçi sporcuların esenliğin tüm alt boyutlarında yüksek puanlar elde ettiği görülmüştür. Bununla birlikte, sosyal düzene mükemmeliyetçi sporcuların esenliğin tüm alt boyutlarında düşük puanlar aldığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, Miquelon, Vallerand, Grouzet ve Cardinal'ın (2005) yapmış olduğu çalışmada kendisine yönelik mükemmeliyetçilik ile esenlik arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Buradaki sonuçlar da çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir. Yapılan bir çalışmada pozitif mükemmeliyetçilik ile genel esenlik arasında pozitif, negatif mükemmeliyetçilik ile negatif ilişki olduğu bulunmuştur (Ram, 2005). Buradaki sonuçlar da çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir.

Uyumlu tutkunluk yönelimi görülen futbol antrenörleri, yaptığı işi otonom olarak içselleştirir. Birey, aktivite ile uyum içindedir. Aktivitenin gerektirdiği bilgi, beceri ve diğer gereklilikleri keyifle yerine getirebilir. Bu durumun da entelektüel esenlik ile arasındaki pozitif ilişkiyi açıklayabileceği söylenebilir. Ayrıca, takıntılı tutkunluk ile entelektüel esenlik arasındaki negatif ilişki vardır. Takıntılı tutkunlukta birey, dışsal veya çevresel faktörlerden etkilenerek aktiviteyi içselleştirir. Takıntılı tutkunluğa sahip futbol antrenörleri, antrenörlüğün gerekliliği olan yeterince ilgi, bilgi ve merak konularının eksik kaldığı şekilde yorumlanabilir. Bu negatif ilişkinin nedeni bu şekilde yorumlanabilir. Rousseau ve Vallerand'ın (2008) yapmış olduğu çalışmada, uyumlu tutkunluk ile esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile esenlik arasında negatif ilişki bulunmuştur. Ayrıca, Bonneville-Roussy ve Vallerand'ın (2018), Philippe ve arkadaşları'nın (2009), Vallerand ve arkadaşları'nın (2007), Forest ve arkadaşları'nın (2011), Carpentier, Mageau, Vallerand (2011) yapmış olduğu çalışmalarda da uyumlu tutkunluk ile esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile negatif ilişki bulunmuştur. Bu bulgular da çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir.

Kendine yönelik mükemmeliyetçi futbol antrenörleri, her konu da en iyisini yapmaya çalıştığı gibi fiziksel sağlıklarına da oldukça dikkat ederler. Bu nedenle, kendine yönelik mükemmeliyetçi futbol antrenörlerinin fiziksel esenliğe sahip olması beklenen bir durumdur. Araştırmanın sonuçlarını literatür de desteklemektedir. Gaudreau ve Verner-Fillion'un (2012) yapmış olduğu çalışmada, kendine yönelik mükemmeliyetçi sporcuların esenliğin tüm alt boyutlarında yüksek puanlar elde ettiği görülmüştür. Bununla birlikte, sosyal düzene mükemmeliyetçi sporcuların esenliğin tüm alt boyutlarında düşük puanlar aldığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, Miquelon, Vallerand, Grouzet ve Cardinal'ın (2005) yapmış olduğu çalışmada kendisine yönelik mükemmeliyetçilik ile esenlik arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Buradaki sonuçlar da çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir. Yapılan bir çalışmada pozitif mükemmeliyetçilik ile genel esenlik arasında

pozitif, negatif mükemmeliyetçilik ile negatif ilişki olduğu bulunmuştur (Ram, 2005). Buradaki sonuçlar da çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir.

Uyumlu tutkunluğa sahip futbol antrenörleri, yaptığı işe büyük bir ilgi alaka ve sevgi duyar. Bu tutkunluk yönelimi, bireyin hayatı ile uyumludur. Birey, fiziksel sağlığına da oldukça dikkat eder. Bununla bağlantılı olarak, uyumlu tutkunluğa sahip bireylerin fiziksel esenlik puanlarının yüksek olması beklenen bir durumdur. Takıntılı tutkunluğa sahip futbol antrenörleri, antrenörlük mesleği ile hayatındaki diğer aktiviteler ile çatışma yaşamaktadır. Bu, antrenörlüğe olması gerekenden daha fazla ilgi gösterdiği ve zaman harcadığı, sağlığını ve kişisel bakımlarını ihmal etme olasılığını arttırdığı şeklinde yorumlanabilir. Rousseau ve Vallerand'ın (2008) yapmış olduğu çalışmada, uyumlu tutkunluk ile esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile esenlik arasında negatif ilişki bulunmuştur. Ayrıca, Bonneville-Roussy ve Vallerand'ın (2018), Philippe ve arkadaşları'nın (2009), Vallerand ve arkadaşları'nın (2007), Forest ve arkadaşları'nın (2011), Carpentier, Mageau, Vallerand (2011) yapmış olduğu çalışmalarda da uyumlu tutkunluk ile esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile negatif ilişki bulunmuştur. Bu bulgular da çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir.

6. Sonuç

Futbol antrenörlerinin tutkunluk, mükemmeliyetçilik ve esenlik düzeylerinin yaşa, medeni duruma, eğitim durumuna, antrenörlük yılına, lisans düzeyine ve lig türene göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Futbol antrenörlerinin tutkunluk ve mükemmeliyetçilik düzeylerinin duygusal esenliği belirlemedeki rolü incelendiğinde; kendine yönelik mükemmeliyetçilik ile duygusal esenlik arasında pozitif, sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçilik ile duygusal esenlik arasında negatif, uyumlu tutkunluk ile duygusal esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile duygusal esenlik arasında negatif anlamlı ilişki vardır. Futbol antrenörlerinin tutkunluk ve mükemmeliyetçilik düzeylerinin manevi esenliği belirlemedeki rolü incelendiğinde; kendine yönelik mükemmeliyetçilik ile manevi esenlik arasında pozitif, diğerlerine yönelik mükemmeliyetçilik ile manevi esenlik arasında pozitif, sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçilik ile manevi esenlik arasında negatif, uyumlu tutkunluk ile manevi esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile manevi esenlik arasında negatif anlamlı ilişki vardır. Futbol antrenörlerinin tutkunluk ve mükemmeliyetçilik düzeylerinin manevi esenliği belirlemedeki rolü incelendiğinde; kendine yönelik mükemmeliyetçilik ile manevi esenlik arasında pozitif, diğerlerine yönelik mükemmeliyetçilik ile manevi esenlik arasında pozitif, sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçilik ile manevi esenlik arasında negatif, uyumlu tutkunluk ile manevi esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile manevi esenlik arasında negatif anlamlı ilişki vardır. Futbol antrenörlerinin tutkunluk ve mükemmeliyetçilik düzeylerinin sosyal esenliği belirlemedeki rolü incelendiğinde; kendine yönelik mükemmeliyetçilik ile sosyal esenlik arasında pozitif, diğerlerine yönelik mükemmeliyetçilik ile sosyal esenlik

arasında pozitif, sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçilik ile sosyal esenlik arasında negatif, uyumlu tutkunluk ile sosyal esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile sosyal esenlik arasında negatif anlamlı ilişki vardır. Futbol antrenörlerinin tutkunluk ve mükemmeliyetçilik düzeylerinin psikolojik esenliği belirlemedeki rolü incelendiğinde; kendine yönelik mükemmeliyetçilik ile psikolojik esenlik arasında pozitif, sosyal düzene yönelik mükemmeliyetçilik ile psikolojik esenlik arasında negatif, takıntılı tutkunluk ile psikolojik esenlik arasında negatif anlamlı ilişki vardır. Futbol antrenörlerinin tutkunluk ve mükemmeliyetçilik düzeylerinin entelektüel esenliği belirlemedeki rolü incelendiğinde; kendine yönelik mükemmeliyetçilik ile entelektüel esenlik arasında pozitif, uyumlu tutkunluk ile entelektüel esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile entelektüel esenlik arasında negatif anlamlı ilişki vardır. Futbol antrenörlerinin tutkunluk ve mükemmeliyetçilik düzeylerinin fiziksel esenliği belirlemedeki rolü incelendiğinde; kendine yönelik mükemmeliyetçilik ile fiziksel esenlik arasında pozitif, uyumlu tutkunluk ile fiziksel esenlik arasında pozitif, takıntılı tutkunluk ile fiziksel esenlik arasında negatif anlamlı ilişki vardır.

Kaynaklar

- Amiot C, Vallerand RJ, Blanchard CM. (2006). Passion and psychological adjustment: A test of the personenvironment fit hypothesis. *Personality and Social Psychology Bulletin* 32(2), 220–229.
- Bonneville-Roussy A, Vallerand RJ. (2018). Passion at the heart of musicians' well-being. *Psychology of Music*.
- Curran T, Appleton PR, Hill AP, Howard K, Hall HK. (2013) The mediating role of psychological need satisfaction in relationships between types of passion for sport and athlete burnout. *Journal of Sports Sciences* 31, 597-606.
- Çakıcı, Z. (2010). Esenlik ve Akademik Tükenmişlik İlişkisi: İstanbul'daki Vakıf Üniversiteleri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Carpentier J, Mageau GA, Vallerand RJ. (2011) Ruminations and Flow: why do people with a more harmonious passion experience higher well-being? *Journal of Happiness Studies*, 13(3), 501–518.
- Deniz, U. (2017). Ergenlik Dönemindeki Futbolcuların Esenlik Algıları ve Özsaygı Düzeylerinin Performanslarına Etki Eden Değişkenlere Göre İncelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Erdoğan Ç, Topuz R, Bahadır Z. (2018). Examination of football players' perfectionism features and subjective stress perceptions. *Turkish Journal of Sport and Exercise*, 20 (3), 283-291.
- Forest J, Mageau GA, Sarrazin C, Morin EM. (2011). "Work is my passion": The different affective, behavioural, and cognitive consequences of harmonious and obsessive passion toward work. *Canadian Journal of Administrative Sciences /Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 28(1), 27–40.
- Gaudreau P, Verner-Filion, J. (2012). Dispositional perfectionism and well-being: A test of the 2×2 model of perfectionism in the sport domain. *Sport, Exercise and Performance Psychology*, (1), 29-43.
- Geranmayepour S, Besharat MA. (2010). Perfectionism and mental health. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 643-647.
- Güllü S. (2018). Sporcuların antrenör-sporcu ilişkisi ile sportmenlik yönelimleri üzerine bir araştırma. *Sportmetre*, 16(4),190-204.
- Hollander MH. (1965). Perfectionism. *Comprehensive Psychiatry*, 6, 94–103.
- Kanten P, Yesiltas M. (2015). The effects of positive and negative perfectionism on work engagement, psychological well-being and emotional exhaustion. *Procedia Economics and Finance*, 23, 1367-1375.
- Karagözoğlu C. (2013). The perceived wellness prole of Turkish football referees. *International Journal of Academic Research Part B*, 5(4), 272-275.
- Kelecek S, Altıntaş A, Kara FM, Aşçı H. (2015). Fitness liderlerinin iş ve yaşam doyumunun belirlenmesinde tutkunluğun rolü: Ankara ili örneği. *Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi*, 26 (1), 9–17.
- Kline RB. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. Guilford Press, New York.
- Konter E. (1996) *Bir Lider Olarak Antrenör*, Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- Lafrenière MAK, St-Louis AC, Vallerand RJ, Donahue EG. (2012). On the relation between performance and life satisfaction: the moderating role of passion. *Self and Identity*, 11(4), 516–530.
- Mageau GA, Vallerand RJ, Charest J, Salvy SJ, Lacaille N, Bouffard T, Koestner R. (2009). On the development of harmonious and obsessive passion: The role of autonomy support, activity specialization, and identification with the activity. *Journal of Personality*, 77(3), 601-646.
- Özen G, Doğan H, Konar N. (2016). Tekerlekli sandalye basketbolcularının esenlik algısı ve yaşam doyumunu düzeyinin incelenmesi. *Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, (1), 15-29.
- Philippe FL, Vallerand RJ, Lavigne GL. (2009). Passion does make a difference in people's lives: a look at well-being in passionate and non-passionate individuals. *Applied Psychology: Health and Well Being*, 1, 3-22.
- Rousseau FL, Vallerand RJ. (2008). An examination of the relationship between passion and subjective well-being in older adults. *International Journal of Aging and Human Development*, 66, 195–211.
- Stoeber J, Uphill MA, Hotham S. (2009). Predicting race performance in triathlon: The role of perfectionism, achievement goals and personal goal setting. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 31, 211-245.
- Vallerand RJ, Blanchard C, Mageau GA, Koestner R, Ratelle C, Léonard M, Gayne M, Marsolais J. (2003). Les passions de l'ame: on obsessive and harmonious passion. *Journal of personality and social psychology*, 85(4), 756-767.
- Vallerand RJ, Mageau GA, Elliot AJ, Dumais A, Demers MA, Rousseau F. (2008). Passion and performance

attainment in sport. *Psychology of Sport and Exercise*. 9(3), 373-392.

Türkiye’de 6-12 Yaş Futbolunun (Grassroots) Geliştirme ve Sürdürülmesine Yönelik Model Önerisi

Serkan ESEN^{1*}, Tuna USLU²

¹ İstanbul Gedik Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi,

² İstanbul Gedik Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi,

*Sorumlu Yazar: serkan.esen@gedik.edu.tr

Gönderilme Tarihi: 24.04.2019 – Kabul Tarihi: 22.07.2019

Öz

Türkiye’de futbolun milyonlarca kişi tarafından sevilmesi, takip edilmesi ve sokaklarda oynanmasına rağmen uluslararası platformda birçok ülkenin gerisinde olması toplum tarafından kabul edilen bir altyapı sorununun getirisidir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de 6-12 yaş çocuk futbolu (Grassroots) faaliyetlerinin geliştirilme ve sürdürülmesine yönelik bir model önerisinde bulunmaktadır. Çalışmada yöntem olarak nitel araştırma kullanılmış ve olgubilim (fenomenoloji) deseninden yararlanılmıştır. Verilerin toplanmasında yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulanmış ve toplamda 15 kişiyle görüşme yapılmıştır. Görüşmede toplanan veriler yazıya geçirilerek düzenlenmiş, kodlamaları yapılmış ve temalar oluşturulmuştur. Araştırma neticesinde alternatif beş farklı model önerisi tasarlanmış, minimum paydaş sayısı, kurum içi hızlı iletişim ağı ve bünyesindeki beden eğitimi öğretmeni gücüyle MEB / Okul aracılığındaki model, dinamik şebeke organizasyon yapısıyla uygulanabilecek en iyi model olarak düşünülmüştür.

Anahtar kelimeler: Grassroots, Çocuk futbolu, Organizasyon modelleri, Şebeke organizasyon.

6-12 Age Football (Grassroots) Development and Sustainable Model in Turkey

Abstract

The purpose of this study is to propose a model for development and sustainability of football of 6-12 years old children (Grassroots) in Turkey. In the study, qualitative research was used as a method and the design of phenomenology was utilized. In the collection of the data, a semi-structured interview form was applied and a total of 15 interviews were conducted. After the data collected from interviews was written, it was edited, coded and themes were formed. As a result of the research, five alternative model proposals have been designed and, with its minimum number of stakeholders, its rapid intra-organizational communication network and physical education teacher power within it, the model through MoNE (Ministry of National Education) / School have been considered as the best model to be implemented with its dynamic network organization structure.

Keywords: Grassroots, children’s soccer, Organizations models, Network organization

1. Giriş

Futbol, bugüne kadar spor branşları içinde sürekli olarak var olmuş ve kendisine sürekli olarak yer bulmuştur. Hangi toplum döneminde olursa olsun, mevcut yapıya uyum sağlama koşuluyla rakibine karşı üstünlük kurma çabasında olan oyuncuların bir topu iki direk arasında geçirmesiyle bilinmiştir. Christoph Weiditz'in 1500'lü yıllara ait olduğu düşünülen bir eserinde Azteklerin bu oyunu oynadığı resme aktarılmış, Çin ve Japonya'da da buna benzer çizimlerle futbolun geçmiş dönemlerde önemli bir parça olduğu aktarılmıştır. Dolayısıyla futbolun uzun yıllar boyunca tarihin çeşitli dönemlerinde ve çeşitli topluluklarca oynanan bir oyun olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz (Akkoyun, 2014). Günümüzde modern futbolun çıkış noktasına baktığımızda ise futbolun beşiği olarak kabul edilen İngiltere'deki devlet okulları gösterilmektedir (Harvey, 2016).

Dünyanın bir numaralı sporu sayılan futbolun endüstriyelmesiyle birlikte futbol, bir spor dalı olmaktan çok daha öte bir hal aldığı görülmüştür (O'Gorman, 2015, Talimciler, 2008, Güngör, 2014, Thomson ve Williams, 2014, Relvas vd., 2010, Haugaasen ve Jordet, 2012). Bu çerçevede futbolun sportif hedefler kadar ekonomik hedefler doğrultusunda yönetilir bir branş haline gelmesiyle birlikte spor yönetimi anlamında bazı noktaların ağırlık kazandığı bazı noktaların ise göz ardı edildiği tespit edilmiştir.

Futbolun bu büyük popülaritesi ve her ortamda oynanabilir olması halkın çok küçük yaşlardan itibaren futbol oynamaya başlamasına yol açmıştır. Diğer branşlar hem teknik olarak hem de malzeme ihtiyaçları itibarıyla sahip oldukları dezavantajlara ilaveten insanların ilgisini çekmek için çaba sarf etme zorunluluğunda olması futbolun branşlar arası yarışta açık ara önde olmasına yol açmıştır. Basının futbola vermiş olduğu aşırı önem bu durumun daha da açılmasına yol açmıştır.

Günümüz futbol dünyasında takımların astronomik futbolcu transferleri ile kulüpler arasında hem dengesizlik hem de mali açıdan sorunlar ortaya çıkarmaktadır (Aslan vd., 2015). Bunu önlemek için getirilen Finansal Fair-Play (FFP) uygulaması, takımların eskisi gibi hesapsız bir şekilde transfer yapmalarını engellemiş ya da bazı kulüpleri transfer yapmaları yerine altyapıdan oyuncu yetiştirmeye yöneltmiştir (Aktaş ve Mutlu, 2016, Güngör, 2014). Ülkemizde de altyapıdan oyuncu yetişmemesi ile ilgili söylemler sürekli olarak gündemde olmasına rağmen buna çözüm olabilecek somut adımların atılmadığını da kabul etmek gerekmektedir (Aslan vd., 2015).

Gelişmiş ülkelerde futbol branşına yönelik yapılan gelişim uygulamaları genellikle çocuğun ilköğretim çağına denk gelmektedir. Grassroots çocuk futbolu olarak karşımıza çıkan bir program, Avrupa Futbol Federasyonları Birliği'nin (UEFA) desteği ve yönlendirmeleri ile 6 yaşından itibaren çocukları futbol ile buluşturmada, yetenekli çocuklar elit futbola kazandırılarken aynı zamanda herkesin spor yapmasına da olanak sağlamaktadır. Çocuk futbolu olarak adlandırabileceğimiz bu tip uygulamaların devamında elde edilen kazanımlar ile hem toplumun spor kültürüne

hem de uluslararası düzeyde başarılarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bugüne kadar Türkiye'de yapılan Grassroots çocuk futbolu faaliyetleri ile ilgili dönem dönem olumlu geri dönüşler alınmasına rağmen bu alanda devamlılığın olmaması çeşitli sebeplerle dayanmaktadır. Yeteri kadar spor tesisin olmaması, eğitim sistemi ile ilgili sorunlar, toplumun spor kültürü ve ailelerin futbola bakış açısı bu sebeplerin içinde yer alırken çalışmamızın temelinde dayandırdığımız örgütlenme ile ilgili sorunlar da bu sebeplerin başında gelmektedir.

Grassroots Çocuk Futbolu

UEFA tarafından ortaya atılan Grassroots kavramı, özellikle çocuk futbolu faaliyetlerini sistemli bir hale getirilmeye ve bu sayede elit futbolcu havuzuna katkı sağlamayı hedeflemektedir. Öte yandan profesyonel futbolun dışında kalan her türlü futbol faaliyetini kapsayan, her yaşta kadın ve erkeğin katılabildiği etkinlikleri ve futbola ilgi duyan insan sayısını arttırmayı da amaçlamıştır. Ayrıca Grassroots programı engelli ve dezavantajlı futbolu da destekleyerek onların gündelik hayata adaptasyonunu önemsemektedir (Sönmez, 2014).

UEFA ve FIFA'nın resmi web siteleri incelendiğinde UEFA'nın çocuk futbolunu daha çok yetenekli oyuncuları keşfetmek amacıyla, FIFA'nın ise futbolu yaygınlaştırma amacıyla kullandığını görmekteyiz. FIFA, resmi web sitesinde Grassroots'u "Herkes için futbol" sloganıyla vurgulamış ve beş tane felsefe altında toplamıştır. Bunlar;

- Futbol herkes içindir,
- Futbol her yerde oynanabilir,
- Futbol hayatı okul gibidir,
- Futbolda eğlenmek ön plandadır,
- Çocukların çocuk olmasına izin verin!

Grassroots çocuk futbolu, 6-12 yaş arasındaki çocukları hedef almaktadır. Yapılan etkinlikler ve projeler aracılığı ile bu çocuklara ulaşan Grassroots, yetenekli oyuncuları elit futbola kazandırmayı, diğer çocukları ise sporun bir parçası haline getirmeyi amaçlamaktadır (Sönmez, 2014).

Amaç

UEFA'nın bir programı olan ve futbolun birçok yönünü ele alan Grassroots programı, onlarca ülkede uygulanmakta ve başarılı çıktıklarıyla dikkat çekmektedir. 6-12 yaş çocukları kapsayan "Grassroots Çocuk Futbolu" yetenekli çocukları çok küçük yaşta keşfedip elit futbola kazandırmanın yanı sıra sporu fiziksel aktivite olarak yapan ve spor kültürünü onlara aşılama amacı güden bir programdır. Çalışmamızın amacı da Türkiye'de 6-12 yaş çocuk futbolunun doğru paydaşlarla ve doğru iletişim ile sürekli olarak uygulanmasına zemin oluşturacak bir model önerisi sunmaktır.

Yöntem

Bu bölümde araştırmanın modeli, veri toplama yöntemi, katılımcıları, araştırmacının rolü, verilerin analizi, geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

Bu çalışmada sosyal olguları bağlı buldukları çerçeve içerisinde araştırmayı ve anlamayı ön plana alan bir yaklaşım olan nitel araştırma modeli kullanılmış ve olgubilim (fenemoloji) deseninden yararlanılmıştır. Veri toplamada çalışmanın genel çerçevesinin çizilebilmesi adına 15 katılımcı ile görüşme yapılmış ve yapılan görüşmeler dijital ortama aktarılmıştır. Araştırmacı ile birlikte 2 uzman kişinin desteğiyle kodlamalar yapılarak temalar oluşturulmuştur.

Araştırmanın tutarlılığı için veriler araştırmacı ile birlikte iki alan uzmanı tarafından yapılmış ve temalar oluşturulmuştur. Araştırmacı ve alan uzmanlarının belirlediği kod ve temalar için “görüş birliği” ve “görüş ayrılığı” olan ifadeler belirlenmiştir. Araştırmanın güvenilirlik hesaplaması için Miles ve Huberman’ın (1994) güvenilirlik formülü kullanılmıştır (Uzlaşma Yüzdesi % = [Na (Görüş Birliği) / Na (Görüş Birliği) + Nd (Görüş Ayrılığı)] X 100).

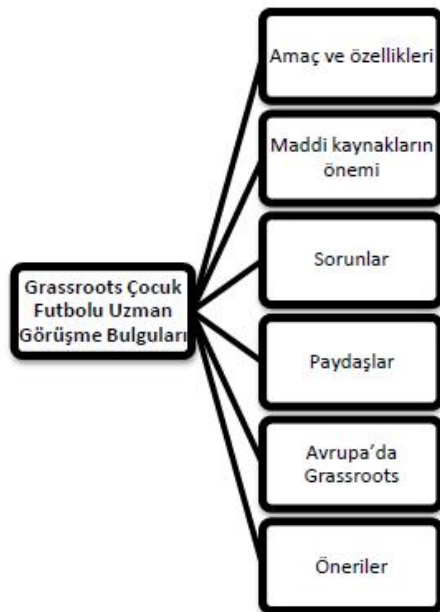
Toplam ifadeler; görüş birliği 172, görüş ayrılığı 25 kod olarak belirlenmiştir. Bu formül doğrultusunda çalışmanın güvenilirliği %87 hesaplanmıştır. Miles ve Huberman’a göre; güvenilirlik sonuçlarının %70’in üzerinde olması çalışma açısından yeterlidir.

Bulgular

Çalışmada elde edilen bulgular “Grassroots Çocuk Futbolu” ana başlığı altında “amaç ve özellikler”, “maddi kaynakların önemi”, “sorunlar”, “paydaşlar”, “Avrupa’da Grassroots” ve “öneriler” alt başlıkları şeklinde bulunmuştur. Bulgular açıklanırken temalardan yararlanılmış ve temaları en iyi açıklayan ifadeler alıntı şeklinde başlıklar altına yansıtılmıştır.

A. Grassroots Çocuk Futbolu Görüşme Bulguları

Uzmanlarla yapılan görüşmeler neticesinde altı tema oluşturulmuştur. Bunlar Şekil 1’de görüldüğü gibi amaç ve özellikleri, maddi kaynakların önemi, sorunlar, paydaşlar, Avrupa’da Grassroots ve öneriler şeklinde verilmiştir.



Şekil 1. Grassroots Çocuk Futbolu Uzman Bulguları alt başlıkları

1. Amaç ve Özellikleri

Grassroots çocuk futbolu programının bilinen ana konusu, futbol aracılığı ile mümkün olduğu kadar çok kişiyi bir araya getirmektir. 6-12 yaş arasında futbol topuyla buluşan çocukların hepsi yıldız bir futbolcu olamayabileceği gibi çok yetenekli de olamayabilir. Bu yüzden Grassroots çocuk futbolu etkinliklerinde yoğun ve karmaşık çalışmalar olmaz. Bu doğrultuda çocukların eğlenmesi yine Grassroots çocuk futbolu programının önemli amaçlarından biridir. Amaç ve özellikler temasının altında “Grassroots’un amacı” ve “Grassroots’un önemi” başlıklarıyla alt temalar oluşturulmuştur.

Grassroots çocuk futbolu programının amacı başlığı altında çocukların futbolu sevmeleri, futbolla erken yaşta tanışmaları, dil, din, ırk, cinsiyet gözetmeksizin herkesin bir arada futbol oynaması gibi maddeler öne çıkmaktadır.

“...çocuklar için ilk amaç futbolu sevmeleri, futbolu her düzeyde oynayabilme şansına sahip olmaları, yetenek farkı veya cinsiyet, dil din ırk farkı gözetmeksizin herkesi bu oyun içine çekmek yani bir parçası haline getirmek” (K3)

Kulüpler açısından bakıldığı zaman küçük yaşta keşfedilecek oyuncuların olması, kulüp bünyesinde yetişecek futbolcu anlamına gelmekte ve gelecek vadeden oyuncuların keşfi anlamında bir amaç da ortaya çıkmaktadır.

“...elit futbol tarafından bakarsan tabii ki teknik ve koordinatif anlamda yeterli olarak gözüken, diğer oyuncular içinde biraz parlayan bir şekilde, GR tarafında onu elit futbola kaydırabiliyorsun. Öyle bir geçiş grubu, elit gruplar yapma şansın var.” (K2)

Ülkemizde müsabaka şeklinde organizasyonu yapılan en küçük yaş grubu U11’dir. Grassroots çocuk futbolu çocuklara 6 yaşında ulaşmaya çalışan ve beceri kazanılması yönünde etkili olan bir program olarak oldukça önem arz etmektedir. Bu yaş diliminde de rekabetten uzak olması da önemi açısından farklı bir bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

“...Rekabetçi futbolun öncesi olarak bu yaş gruplarını dikkate alıyoruz. Türkiye’de u11 ve altında çok fazla bir şey yok. Kulüpler 12 den sonra başlıyor.” (K1)

Diğer yandan özellikle nüfusun yoğun olduğu büyük şehirlerdeki şehirleşme ve oyun alanlarının yetersizliği, eğitim sisteminin getirdiği sorunlar da 6-12 yaş grubu çocukların fiziksel aktivite yapmasını engeller duruma gelmiş ve Grassroots çocuk futbolu programının daha da önemli bir hale geldiği bulgularda belirtilmiştir.

“...eskiden mesela sokak futbolu, insanlar sokağa çıkıp rahat rahat top oynayabiliyordu. Bu kadar fazla binalaşma yoktu. Çok daha rahat bir şekilde, aslında bunu organize olmadan, çocuklar kendiliğinden yapıyordu bunu. Şimdi günümüz ülkesinde çok da fazla ne bahçe var, eğitim düzeni anlamında da baktığın zaman çok uzun süre okulda kalıyor çocuklar. Oradan alıp organize bir şekilde toplamaya ihtiyaç duyuyoruz artık.” (K2)

2. Maddi Kaynakların Önemi

Grassroots çocuk futbolu faaliyetlerinin yapılabilmesi için gerekli olan maddi destek katılımcıların görüşleri doğrultusunda şekil 4’de gösterildiği gibi UEFA’nın üye ülkelere gönderdiği teşvik ödemesi ve sponsorlar aracılığı ile gelen destek olarak iki başlıkta incelenmiştir. Konu ile ilgili detaylar aşağıda aktarılmıştır.

UEFA’nın teşviki ile ilgili olarak; UEFA, Grassroots Programına üye ülkelere, yapılan faaliyetlerle orantılı olarak belli bir miktar ödeme yaptığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bu ödeme ve teşviklerle faaliyetlerin yapılması konusunda kolaylık sağlanacağı düşünülmektedir.

“...Futbol federasyonuna da tahminim yıllık 100.000 – 200.000 dolar gibi bir yıllık para geliyor bu işlerden. Yani diyor ki sana, ülkende Grassroots futbolunu yap.”(K2)

Sponsor desteği konusuna Türkiye Futbol Federasyonu’nun ve kulüplerin ihtiyaç duyduğu destek şeklinde iki ayrı bölümde değinmek gerekmektedir. Grassroots çocuk futbolu faaliyetlerinin yapılmasında Ülker firması uzun yıllar destek sağlamış ve birçok etkinlikte ön planda yer almıştır.

“...İşi biraz daha değiştirdiler, iş değişince tabi sponsor geliri de artınca, Ülker en büyük destekçisiydi.”(K2)

“...Sadece bu işe odaklı sponsorların olması lazım ki Ülker buna güzel bir örnektir futbol köyleri vesaire.”(K1)

Bunun yanında K2, kulüplerindeki Grassroots çocuk futbolu faaliyetleri ya da 6-12 yaş grubu için yapacağı etkinliklerde yerel firmaların ihtiyaçları ile ilgili materyaller ya da gıda malzemeleri ile ilgili destek aldıklarını belirtmiştir.

“...Hiç destek almıyoruz diyemem ama yerel firmalardan kek meye suyu gibi. Bu hafta sonu mesela bir etkinlik var futsal falan için içinde olacak. Diyoruz ki şunları gönder tamam diyor, birine diyoruz afiş yap tamam diyor. Kendi cebimizden çok para çıkarmadan. Çok büyük maliyetli faaliyetler de yapmıyoruz.” (K1)

3. Sorunlar

Katılımcıların görüşleri doğrultusunda sorunlar temasının altında 7 farklı alt tema tespit edilmiştir. Katılımcılar, çocuk yaş grubu antrenörlerin gelirleri, profesyonel takımların altyapı kategorilerine ilgisizliği, siyasi bazı engelleri, maddi yetersizlikleri, tesis yetersizliklerini, eğitim sistemi ile ilgili çocukların karşısına çıkan engelleri ve gönüllük kavramı ile ilgili sıkıntıları sorun olarak nitelendirmiştir. Konu ile ilgili tasarlanan şekil ve alt başlıkların yorumları aşağıdaki gibidir.

Çocuk yaş grubu antrenörlerin gelirleri ile ilgili olarak; küçük yaş grubu antrenörlere düşük maaş verilmesi, antrenörün bir an önce daha büyük yaş gruplarına geçme çabasına sebep olmaktadır. Bu durum da küçük yaş grubu antrenörlüğün basamak olarak görülmesine ve kalitenin düşmesine sebep olmaktadır. Küçük yaş grubu

antrenörlerinin gelirinin artması, antrenörün o yaş grubuna vereceği önemi arttırmasının yanında bireysel gelişimine de ayracağı zamanı arttırarak verimi de arttıracaktır.

“...Antrenör penceresinden bakarsan kendilerine bi bakmaları lazım. Dedim ya ben tamam biliyorum diyorum ama UEFA A varsa ben 11 yaşında çocuk çalıştırabilirim çünkü “çok iyiyim“ mantığı var bizde ama adam pedagoji bilmiyor psikoloji bilmiyor çocuğa küfür ediyor ama UEFA A’sı var. Bir antrenör tarafından bakarsanız o antrenörün sayısının artması lazım. GR seviyesinde niye çalışmıyor çünkü parası az.”(K2)

Altyapı sorunu günümüzde bazı profesyonel takımların sadece A takımlara yatırım yaptığını, altyapı takımlarına ait tesislerinin bulunmadığını, bu konularda iyileştirme yapılmadığı ve bazı kulüplerin de altyapılarını kapattığını düşündüğümüzde profesyonel takımların altyapıları ile ilgili bir sorunun varlığı tartışılması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Katılımcılardan K2, geçmiş dönemlerdeki bir süper lig takımının U9 ve U10 yaş gruplarını yeni kurduğunu belirtmiş ve süper ligdeki bir takımın henüz beklenen bilinçte olmamasının vurgusunu yapmıştır. Bu tip takımların yerelde Grassroots çocuk futbolu faaliyetleri ile birçok futbolcuya ulaşabileceğini ve bu şekilde maliyetlerini düşürebileceklerini belirtmiştir.

“...Biz özellikle kulüplerle belli işleri birlikte yapmaya çalışıyoruz. GR önemini de kulüplere aktarmaya çalışıyoruz ama bizim genel futbola bakış açımızla ilgili aslında. Yanlışlıklar var, ne gibi; hep performansla yönelik, üst düzeye yönelik bakış açısıyla yaklaşıyorsun. Mesela atıyorum Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş, Trabzonspor hep en üst düzey, hep en üstteki takım önemli. Alt taraf önemli değil. Kendi öz kaynaklarımızdan yetiştirip potansiyelleri yukarıya çıkarmak uzun vadeli bir çalışma gerektiriyor ama çalışmanın semeresini de yetenekli oyuncular A takıma kazandırıp görmek mümkün. Ama biz biraz daha çeşitli dengeler de olduğu için ülke genelinde işte taraftar baskısı medya baskısı yöneticilerin kimi zaman kısa vadede başarı elde etme istekleri bunların tabi ki zamanla bir süreç içerisinde gerçekleşmesini engelliyor. Bu doğrultuda bakıldığında da maalesef ki GR kapsamında kulüpler de çok çalışma yürütüyor.”(K3)

Siyasi engeller ile ilgili olarak; Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde okul sporlarıyla ilgilenen birimin kapatılarak Gençlik ve Spor Bakanlığı’na devredilmesi neticesinde birçok faaliyetin azaldığı ya da durduğu yapılan görüşme neticesinde aktarılmıştır. Geçmiş dönemlerde de MEB’den GSB’ye aktarılan bu görev çeşitli sebeplerden yeniden MEB’e geri iade edilmiş ancak günümüzde 3. Kez GSB’ye devredilmiştir. Okullarda spor faaliyetlerinin düzenlenmesi ile ilgili yetkinin yeniden MEB’e verilmesi faaliyetlerin artması açısından önemlidir.

“...MEB bünyesinde bir birim vardı, okul sporlarıyla ilgili. O birim MEB’in 652 sayılı kanunla tamamen kapatıldı. GSB’ye devrildi. Dediğim gibi amaçlarımız çok farklı. 3289’un ilgili maddesinde diyor ki, “Türkiye genelindeki her kademesindeki okulun beden

eğitimi ve sporla ilgili tüm iş ve işlemlerini yürütür planlar programlar.” Şimdi GSB'nin zaten ilçelerde bile şuanda teşkilatlanması yok. İlçeler zaten yok şuanda spor faaliyeti, okul spor faaliyeti olarak. İllerde de bir tertip komitesi var, orda da bizden bir beden eğitimi öğretmeni var. Bu şekilde yürüyor, yürümüyor tabi bana göre. Beden eğitimi öğretmenleri rahatsız bu durumdan. Çünkü iki başlı. Yöneten başka bakanlık, yönetilen başka bakanlığın elamanı. Ondan bir rahatsızlık var ve gereken ilgiyi de görmüyoruz diyorlar GSB'den.”(K4)

Kulüplerin küçük yaş gruplarına yeterli ilgiyi göstermemelerinin yanında diğer bir sebep olarak da *maddi imkânsızlıklar* gösterilmiştir. Federasyonun maddi sorunlar çözüm olarak proje ürettiği ve malzeme desteği ile kulüpleri için içine çekmeye çalıştığı belirtilmiştir. Vurgulanan önemli bir nokta da şu ki, Avrupa'da Grassroots çocuk futbolu faaliyetleri bir ihtiyaç olarak görülmekte ve kulüplerin önceliğinde bu yaş grupları bulunmaktadır.

“...bizdeki kulüpler önemsemediği için, kaynaklar da yetersiz olduğu için hiçbir şey yapmıyor. Bu açığı da kapatmak için Federasyon proje yapıyor, yeter ki yapın biz size malzeme verelim para verelim, Avrupa'da da böyle yürümüyor gelişmiş ülkelerde. Kulüp diyor ki “bizim için GR önemli, çocuklarla iş yapmak önemli, okullarla iş yapmak önemli.” Kendi gidiyor. Böyle bir ihtiyacı görüyor adamlar. Bizdekiler görmediği için biz rica minnet TFF olarak “gel malzeme ve para veriyim” modundayız. Dolayısıyla bu bizim en büyük açıklarımızdan biri.”(K1)

Grassroots çocuk futbolu “her yerde oynanabilir” felsefesi ile yoluna devam etse de, belli bir yaşa gelen çocuğun daha üst seviyelere ilerleyebilmesi için, elit futbolun orijinalinde olan doğal çim olmazsa olmazdır. Türkiye’de *tesis anlamında* ciddi sıkıntıların yaşandığı, mevcut sahaların kapılarının da zaman zaman kilitlendiği ulaşılan bulgular arasında belirtilmiştir. Yaş grupları küçüldükçe futbola verilen önemin azaldığı da ayrıca vurgulanmıştır.

“...bugün mesela Kadıköy’de Beşiktaş’ta Sultanbeyli Sultangazi İstanbul’un birçok ilçesinde inanın bir tane sahasında 3’e bölünüp altyapıları orda faaliyet göstermeye çalışan daha doğrusu can çekişen futbol kulüpleri var.”(K8)

“...Tesis sıkıntısı var. Tuzlada 2 tane saha var. Şuan burada 30 tane grup çıkıyor antrenmana. Okulları saymıyorum. Aydınlıspor, Şifaspor, Orhanlıspor grupları dâhil. Bizim gruplar, A takım falan. Tek bir sahayla biz bunu idare ediyoruz ve lig başlayınca çalışmıyor grubumuz.”(K6)

İlkokullarda beden eğitimi ve spor öğretmeni olmaması ve “*Oyun ve fiziki etkinlikler*” derslerinin olması gerektiği gibi işlenmemesi bulgularında sorun olarak tespit edilmiştir. Sınav sisteminin sürekli değişmesi ve aile üzerinde endişeye yol açan sınav stresi çocukların eğitim/antrenman ikilemi arasında gidip gelmesine yol açtığı belirtilmiştir. Federasyon ya da kulüpler okullara giderek faaliyet yapmak istediklerinde izin ile ilgili sorunlar yaşadıklarını ve çocuklara ulaşma konusunda zorluk çektiklerini de belirtmişlerdir.

“...İlk 4 sınıfta oyun ve fiziki etkinlikler dersi var şuanda. Beden eğitimi dersi yok. Aslında bu yaş grubunda hareket eğitimi oyun eğitimi ve denge eğitiminin verildiği en önemli yaş grubu. Bana göre beden eğitimi öğretmenin olması zorunlu. Olmazsa olmaz yani.”(K4)

Özellikle TFF organizasyonlarında *gönüllü katılımcıların* desteğine oldukça ihtiyaç duymaktadır. Katılımcılar Türkiye’de gönüllülük kavramının tam olarak anlaşılmadığını, gönüllülerle yapılan iş birliklerinde çeşitli sıkıntılar yaşadıklarını ve organizasyonlarında bu sıkıntıların olumsuzluklara sebebiyet verdiklerinden bahsetmişlerdir.

“...Türkiye’de gönüllülük kavramı biraz zaten sıkıntılı. Gönüllü dediğiniz zaman hani hiçbir beklenti olmadan o işe katkı sağlamak diye ben algılıyorum gönüllülüğü. Tabi ülkemizin ekonomik şartları, insanların geçim derdi göz önünde bulundurulduğunda tabi gönüllülük çok kolay olmayabiliyor bazen. Bizde en basiti işte çeşitli organizasyonlarda, Akdeniz oyunlarında mesela gönüllüler görev yaptı ama onlara da günlük belli bir ücret veriliyor. Çok yerleşik bir olgu değil.”(K3)

4. Paydaşlar

Grassroots çocuk futbolu, bağları kuvvetli bir organizasyonun ürünüdür. Bu organizasyonu oluşturan paydaşlar katılımcıların görüşleriyle verilmiştir.

Türkiye Futbol Federasyonu geçtiğimiz yıllarda iki kez *üniversiteler* ile “Üniversite - Okul Projesi” adı altında Grassroots projesi gerçekleştirmiş ve birçok ilkokula üniversiteler aracılığı ile ulaşmıştır. K1 görüşmesinde “Grassroots Çocuk Futbolu Antrenörü” olarak üniversite öğrencilerini işaret etmiş ve üniversitelerin bu organizasyonun içindeki rolünü vurgulamıştır.

“...federasyon olarak geçen sene işte bu “üniversite - okul futbolu” orda birçok paydaş aslında bir araya geliyordu. Tabi nasıl yapıldı proje bilmiyorum ama çok iyi beslenirse kaynak arttırılırsa farklı şeyler olabilir. Üniversite öğrencisi evet senin ideal aslında Grassroots hocaların onlar.”(K1)

Türkiye’de tabana yayılması düşünülen bir organizasyonun **sponsorsuz** düşünülmesi maalesef mümkün olmamaktadır. Geçmiş dönemlerde yapılan organizasyonlarda TFF bu ihtiyacı yakından hissetmiş ve sponsor desteği ile başarılı işlere imza attıklarını ifade etmişlerdir.

“...sponsor da bunun bir paydaşı olabilir, belediye de olabilir kulüp de federasyon da olabilir.”(K2)

Katılımcılar, fiziksel becerilerin kazandırıldığı yaş grubunun bulunduğu eğitim kurumu okulların ve buna bağlı bakanlığın olmazsa olmaz paydaşlardan birisi olduğunu belirtmişlerdir. Çocukların en organize olabildiği, hedef yaş kitlesine en rahat ulaşılacak yerin okul olması Grassroots çocuk futbolu organizasyonu için oldukça önemlidir. Katılımcıların *MEB’in* paydaş olması ile ilgili görüşleri şu şekildedir:

“...Okul sporlarının olmadığı bir ülkede başarı gelmez. Taban orası çünkü tabandan gelmeyince...” (K4)

“...Bakanlığın da tüm branşlarda olduğu gibi federasyonlarla çok ciddi anlamda bir iş birliği sağlaması gerekiyor.”(K3)

Milli Eğitim Bakanlığı, geçmiş dönemlerde kurmuş olduğu iletişim ağı sayesinde merkezden en uç birimine rahatlıkla ulaşabilmektedir. Spor etkinliklerinin gerçekleşmesi adına kurulmuş olan bu sistem oldukça önem arz etmektedir. Konu ile ilgili bildirilen görüş şu şekildedir:

“...Öyle bir sistem kurmuştuk ki illerde il lig heyetlerimiz vardı. Bütün o ildeki spor faaliyetlerini organize eden bir birim. Bunun da altyapıları vardı. Buradan biz bir düğmeye basıyorduk, Hakkâri Yüksekova’da yanyordu. Her köye kadar ulaşabiliyorduk. Beden eğitimi öğretmenlerimiz muazzam çalışıyorlardı. Bide onların branş koordinatörlerini vs. yetiştiriyorduk. Bunların alt birimleri vardı, maçları izleyen birimler ve ekipler vardı. Tüm maçları, sadece futbol değil güreş boks atletizm. Hepsini izliyorlardı ve çok başarılı olan çocukları elinden tutup götürüp kulüplere altyapılara monte ediyorlardı.” (K4)

Belediyeler işbirliği konusunda en açık paydaşlardan birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Futbola sağladığı katkı olarak baktığımızda ülkemizdeki mevcut spor tesisi eksikliği varken tesis anlamında verdiği destek katılımcılardan gelen görüşlerin başında gelmektedir. Bir diğer görüş ise takımlara sağlanan maddi – manevi desteğe ek olarak yapılan malzeme desteğidir.

Grassroots felsefesine paralel olarak belediyelerin benimsediği bir felsefe olarak “daha çok çocuğa ulaşmak ve spor kültürlerini geliştirmek” yapılan görüşmelerden ortaya çıkan bulgular arasındadır. Farklı başlıklar halinde toparlanabilecek katılımcı görüşleri şu şekildedir:

“...Kulüpler için yetenek olabilir ama bizim için önemli olan daha fazla çocuğun sporla tanışması. Sporunu sevmesi, spor disiplini kazanması. O ahlaki seviyeyi yakalaması, spor kültürünü kazanması. Bizim amacımız bu. Kurumsal bakış açısında durum böyle.”(K5)

“...sınırlarımız içerisinde 19 amatör futbol kulübü var, bir tane de profesyonel lig seviyesinde bir futbol takımımız var. Biz totalde 20 tane futbol kulübününün maddi manevi ekonomik olarak yıllık destek vermekteyiz.”(K8)

Grassroots çocuk futbolu organizasyonunun kilit paydaşı, ışığı yakan kurum Türkiye Futbol Federasyonu’dur. UEFA’dan gelen ışığı diğer paydaşlara yönlendirebilen, sponsor desteğini yönlendiren ve organizasyonu sağlayan TFF, antrenör eğitimi veren ve sertifikalandıran kurum olma özelliği de taşımaktadır. Katılımcıların kurum ile ilgili görüşleri aşağıdaki gibidir:

“2012 den sonra TFF’de şunlar olmaya başladı. Hatta onun birimi bile kuruldu. Çocuk futboluna ayrı bir birim kuruldu. Eskiden HİF birimi içindeyken o birim, kadın futbolu, futsal vs. içindeyken bu sefer tamam bu işleri artık özelleştirmeye götürelim deyip çocuk futbolu ayrı bir birim oldu, futsal ayrı bir birim oldu.”(K2)

Kulüpler açısından Grassroots çocuk futbolu ne kadar önemliyse, paydaş olarak kulüpler de Grassroots çocuk

futbolu organizasyonu için o kadar önemlidir. Kulüpler, buldukları ilçede futbolu çocuklara ulaştırmada aracı olarak bir görev üstlenebilirler. Sosyal sorumluluk olarak yapmalarının yanı sıra kendiliğinden gelen bir maddi kazanç bile elde edilebileceği görüşmelerde aktarılmıştır. Futbola yatıp kalkan bir ülkede yaşamamızın getirdiği taraftarlık duygusu çocuklara erken yaşta işlemiş ve kulüp taraftarlığının motive edici etkisi de ayrıca ortaya çıkmıştır.

“...Maddi katkısı bile oluyor Grassroots faaliyetlerinin. Biz mesela ücretsiz bir etkinlik yapıyoruz okulun bahçesinde. Çocuk veya aile görüyor kulüp ismini orda. “Bu kulüp fena değilmiş” diyor, daha önce burada da çok yapıyorduk. Buraya geldiği zaman aile, bakıyor etrafa güvenli diyor güzel diyor merkezi bir yerde. Çocuğum burada spor yapsın diyor. 50 TL veriyim kaydedeyim diyor spor okuluna.” (K2)

Futbol kulüplerinin birçoğunun sadece A takım başarı odaklı olması ve bünyesinde Grassroots ile ilgili birimlerinin olmaması katılımcılar tarafından dikkati çekilen bir durum olmuştur. Konu ile ilgili görüşler şu şekilde belirtilmiştir:

“...Kulüplerin kendilerini okullara çok iyi anlatması lazım. Kulüplerde bir birim olması lazım. Okullarla çalışacak iyi bir birim kurup onların sırf okullarla ilgili çalışması lazım. Ama kulüplerimizdeki maalesef gidip görüyorum, böyle bir şey yok.”(K4)

“...Kulüpler, dikkat et şimdi kulüplerin alt yapısında bunlara yönelik bir yapılanma yok. Birçok kulüp fırsat versen sadece a takımla çıkacak, hiç altyapıya önem vermeyecek.” (K1)

5. Avrupa’da Grassroots

Avrupa’da futbolun bizden çok ileride olduğu, Türk kökenli futbolcuların diğer ülkelerde elit seviyelere ulaştığını bilmekteyiz. Görüşmelerden elde edilen bulgular neticesinde “Avrupa’da Grassroots çocuk futbolu” başlığı altında “Avrupa’da altyapıya verilen önem” ve “Avrupa’daki uygulama örnekleri” başlıkları ile sunulmuştur.

Avrupa’daki kulüpler bünyelerinde Grassroots birimlerini oluşturmuş ve faaliyetlerini bu birim üzerinden yürütmektedirler. Geleceğin temelini altyapıdan kurmaya başlayan ve bunun bilincinde olan kulüpler yatırımlarını da bu yönde yapmaktadır. Futbola başlama yaşı olarak ülkemize kıyasla çok daha erken futbola başlatılan çocuklar bizden sürekli olarak bir adım önde olmaktadır. Bu konu ile ilgili katılımcı görüşlerinden bazıları şu şekildedir:

“...Avrupa’daki kulüpler özellikle yaşı çok ufalttılar. Yani yine burada futbola başlama yaşı diye hep konuşulan bir şey vardır ya, Türkiye’de niye çok daha sonra, çünkü çok daha organize bir şey bulması çok kolay değil Türkiye’de insanların.(K2)

“...çocuklar çok küçük yaştan itibaren sporun içinde yer almaya başlıyorlar. Özellikle Avrupa’da son dönemde artık hani futbolun içine 4-5 yaşlarından itibaren yer almaya başlıyorlar.”(K3)

Avrupa ülkelerindeki örneklere bakacak olursak, küçük yaş gruplarına ulaşmak için çeşitli projeler yapmakta ve uzun vadeli yatırımlarla çeşitli başarılarla ulaşmaktadırlar. Almanya'nın 2002 yılında başlattığı projenin 2014 yılında meyvesini alması buna bir örnektir. Katılımcıların diğer uygulama örneklerine ilişkin görüşleri şu şekildedir:

“...Alman futbol federasyonunun yaptığı ki futbol eğitim merkezleri adı da aynı zaten. 2002 yılında Almanlar bir proje yapıyor, ismi de aynı futbol eğitim merkezinin Almancası. Ona yıllık 20 milyon Euro ayırıyor ve hedef de diyor ki 2014 dünya kupası diyor. Yani 2002 yılında 2014 dünya kupasını hedefliyor adam.”(K2)

“...İngiltere’de bunun örneğini gördük. Adam okulun bahçesinde betonun üstünde çalışmasını yapıyor. Hiç kimse tek tip eşofman tek tip forma böyle bir derdi de yok. Amaç ne, çocuğun oynaması.”(K1)

6. Öneriler

Yapılan görüşmeler neticesinde toplanan verilerden öneri olarak nitelendirebileceğimiz ailelerin bilinçlendirilmesi, gönüllülük kavramının gözden geçirilmesi, okullardaki spor aktiviteleri ve tesisleşme başlıkları ile sunulmuştur.

6-12 yaş grubu çocukların kulüp tesislerinde yapılan çalışmalarına genellikle aileleri ile geldiğini varsaydığımızda, çocuğun futbol yaşantısına direk olarak ailenin dokunuşundan bahsedebiliriz. Ailenin müdahil olması ile ilgili yaşanan sorunlar K2 tarafından şu şekilde belirtilmiştir:

“...Bir de aile boyutu var. Bizde futbola başlayan her çocuk ailesi açısından çok yetenekli olduğu düşünüldüğünden o da baskı yaratıyor psikolojik olarak. Buna da çok dikkat etmek lazım. Futbolcu ailesinin sorunu değil bu, ülkenin spor kültürü ve politikasını olmaması. Biz insan olarak yenmeyi yenilmeyi üstlerde yaşıyoruz ya. 3 gol atıyor futbol okulunda evde kral ilan ediliyor sonra gelip diyor ki “e benim oğlanı almadınız” diyor elit takıma. O pencereden biraz düzeltmek lazım bu işe bakış açısını.”(K2)

Sorunlar kısmında da belirtildiği gibi, Türkiye’de gönüllülük kavramı tam anlamıyla karşılığı bulunmamaktadır. Gönüllülük adı altında görev alanların bir beklenti içinde olması ya da bir karşılık olmadan bir işi sahiplenmeme durumu Grassroots çocuk futbolu organizasyonu için önemli konulardan biridir. K1, konu ile ilgili görüşlerini şu şekilde belirtmiştir:

“...Kültürel olarak mesela çok büyük sıkıntı var. Gönüllüler hep bir beklenti içinde. Futbol olunca ne malzeme alacağız? Federasyon yapıyorsa biz para alacağız mı? Beden eğitimi öğretmeni benim bundan ne çıkarım olacak? Kursu gelirken bana bir avantaj sağlar mı? Hep bu kafayla bakıyoruz. Dolayısıyla bu gönüllülük konusu önemli.”(K1)

İlkokulda 2 saatlik “oyun ve fiziksel aktivite” dersinin yetmediği ya da çocukların tam olarak bu dersin karşılığını alamadığını düşünen katılımcılar konu ile ilgili görüşlerini şu şekilde belirtmiştir:

“...Milli Eğitim’in kendi penceresinden bakacaksan çocuğa biraz nefes alacak saat bırakması lazım. Veya sen kendi okulun içinde yapabilirsin bunu

yani istemiyorsan çocuğu salmak işte Ukrayna modeli sahaları okulun içine yaparsın ya da okul içi faaliyete izin verirsin, zorluk çıkarmazsın en azından.”(K2)

Bu duruma ek olarak ilkokulların yaş olarak fiziksel eğitimin en önemli olduğu yaş grubuna hitap ediyor olması işin ciddiyetini daha da arttırmaktadır. İlkokullarda beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin görev alması önerisi de K4 tarafından şu şekilde aktarılmıştır:

“...Bu ders ile o açığın kapatılacağı düşünülmüş ancak bana göre olmazsa olmaz beden eğitimi. Beden eğitimi öğretmenin ilk 4 sınıfta olması gerekiyor. İlk 4 sınıftan sonra zaten çocuğun yönlendirilmesi çok daha zor oluyor çünkü bu yaş grubu çok önemli.”(K4).

Sorunlar kısmında da değinildiği gibi, ülkemizde tesislerle ilgili ciddi sıkıntılar mevcuttur. Çocuklar için daha fazla oyun alanı yapılacak olan organizasyonlarda işleri daha da kolaylaştıracaktır. Bu konu ile ilgili katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

“...İlk önce yapmamız gereken sahalanın artırılması, onlara destek verilmesi. Sadece 3-4-5 tane olmaması gerekir. 1 milyon nüfuslu olan yerlerde 4-5 tane saha olması, o sahanın okul çıkışı 5 ten gece 12 ye kadar 3 e bölünüp tamamına verilmesi demektir.”(K8)

B. Grassroots Çocuk Futbolu Uygulama Geri Bildirim Bulguları

Çalışmanın uygulama bölümü sonrasında uygulamaya katılan okulların müdürleri ve öğretmenleri ile yapılan görüşmeler neticesinde temalar oluşturulmuş ve Grassroots çocuk futbolu uygulama geri bildirim bulguları başlığıyla Şekil 2’de gösterilmiştir.



Şekil 2. Grassroots çocuk futbolu uygulama geri bildirim bulguları

1. Çocukların Kaynaşması

İki farklı grubun bir araya gelmesi ile gerçekleşen uygulama neticesinde “çocukların kaynaşması” vurgu yapılan bir başlık olarak görülmektedir. Konu ile ilgili görüşler şu şekildedir:

“...İki grup için de çok iyiydi. Bizim geleceğimiz için, dönmezsek eğer, burada yaşayabilecekler, kaynaşabilecekler.” (K14)

“...Özellikle küçük çocuklar Türkçeyi daha iyi biliyorlar, hemen öğrenebiliyorlar. O yüzden bir arada olmaları Türkçe öğrenmeleri açısından önemliydi.” (K15)

“...Kaynaşmaları için güzel bir projeydi. Ön yargıları vardı öncesinde. Oynadıkça kırdılar bunu. Aynı takım içinde karma olunca kaynaşmaları daha kolay oldu.” (K13)

2. Uygulama Alanına Ulaşım

Farklı okullardan öğrencileri bir futbol sahasında buluşturmak için ulaşım olmazsa olmaz başlıklardan biridir. Belediye’den istenen dört adet servis yerine yoğunluk sebebiyle bir adet servis aracı gönderilmiştir. Görüşmeler sonrasında yapılan geri bildirimlerde ulaşım ile ilgili görüşler aşağıdaki gibidir:

“...Belediye söz verdiği gibi ulaşımı zamanında yapabiliyeydi daha iyi olurdu. Ulaşım ile ilgili yani çok aksaklık oldu.” (K9)

“...Ufak tefek sıkıntılar olsa da belediyenin verdiği destek önemliydi. Servis sayısı fazla olsaydı daha iyi olurdu.” (K10)

3. Katılımcı Sayısı

Uygulamada görevli olan eğitmeni sayısının sınırlı olması sebebiyle organizasyona katılan öğrenci sayısında da sınırlama getirilmiştir. 2. 3. ve 4. sınıfların katıldığı organizasyonda her şubenin her hafta katılamaması ile ilgili yapılan geri dönüşler aşağıdaki gibidir:

“...Bunu biraz daha çoğaltıp diğer şubelere de yapabiliyeydik daha iyi olurdu. Bir sınıftan a-b şubesini alıp diğer sınıftan da a-b şubesini alıp diğer şubeleri almadığımız zaman neden onlar gidiyor da biz gitmiyoruz durumu oluyor. Biz de ne kadar isteniyorsa o kadar yapmak zorundayız. Burada bizim tercihimiz daha çok çalışan sınıfı, çocuklar üzerinde daha titiz davranan öğretmenlerin sınıflarına öncelik tanıdık.” (K9)

“...Biz buradan dönüşümlü gittik. Aslında bir sınıf belirlenecekti, daha uzun soluklu gidebilirdi. Sonuç elde edebilmesi için sürekliliğin olması gerekirdi” (K12)

4. Uygulama Alanı (Futbol Sahası)

Uygulama alanının futbol sahası olması, çocukların ders saatinde farklı bir atmosfere girmesine sebep olmuştur. Dolayısıyla bu durumun çocuklar üzerinde yarattığı etkinin ne şekilde olduğu önemlidir. Konu ile ilgili yapılan görüşmelerden gelen geri bildirimler aşağıdaki gibi olmuştur:

“...Orası bu civarda gidilebilecek en güzel yer. Okul bahçesi olmaz müsait değil. En müsait yer orası bence.” (K11)

“...Bence daha bir ciddiyet kazandı. Formalarıyla geldiler, parkurlar vardı. Okul bahçesi

tenefüslerde kalabalık olacağından verimli olmazdı zaten. Çocuklar kendilerini özel hissettiler ayrıca.” (K13)

“...Sahada olması çok güzeldi. Sahanın manzarası bile çok güzeldi. Sahanın zemini de çok güzeldi. Sahada farklı oyunlar vardı. Erkeklerle de kızlara da uygundu.” (K14)

Katılımcılardan gelen geri bildirimlere göre etkinliğin okul bahçesi yerine futbol sahasında yapılması her açıdan daha yararlı görülmüştür.

5. Etkinlik Zamanı

Etkinliğin yapılacağı saat ile ilgili yapılan görüşmelerden gelen görüşler şu şekildedir:

“...Kesinlikle okul saati içinde yapılmalı. Merkezi yönetimlerde çözüm çok sağlıklı olmuyor. Okulla işbirliği içerisinde mümkünse okul saati içinde olmalı. Çocuk okuldan çıktıktan sonra toparlayamayız. Arabası olan var olmayan var. Dersin ki çarşamba günü okul 3'te değil 5'te bitiyor. 1'ler pazartesi 2'ler Salı, 3'ler Çarşamba gibi. Bu günlerde okul 3'te değil de 5'te bitecek gibi.” (K12)

Tartışma

Genel olarak Grassroots programının amacı mümkün olan en çok kişiye ulaşmaktır. Grassroots çocuk futbolunun da aynı amaç için tasarlandığını düşündüğümüzde 6-12 yaş grubu çocuklara ulaşmak için en etkili yol okullardır. Yapılan bir çalışmada da futbolun içinde olan üst düzey ya da ortalama seviyedeki oyuncuların futbola başlama yaşının 5-12 arasında olduğu belirtilmiştir. Aynı çalışmada futbola özgü çalışmaların futbola başlandığı ilk dönemlerde daha önemli olduğu aktarılmıştır (Haugaasen ve Jordet, 2012). 6-9 yaş arası, kulüplerimizde kategorisi bulunmayan bir yaş aralığıdır ve bu gruba ilkokullar aracılığı ile ulaşılmaktadır. Bu doğrultuda MEB ile işbirliği oldukça önemlidir ve en kuvvetli paydaşlardan birisidir. Çin’de taban futbolunu yaymak için ilkokullar üzerinden yapılan projeler (Liang, 2016) ile İngiltere’de 90’lı yılların sonlarına doğru İngiltere Futbol Federasyonu’nun organizasyonunda, okulların ve kulüplerin dâhil olduğu birçok mini futbol etkinliği çalışmamızdaki bu sonuç ile paralellik göstermektedir (Howie ve Allison, 2016). İlkokullara ulaşılmaması durumunda 6-9 yaş aralığına ilkokulların dışında futbol okullarında rastlanmaktadır. Ancak futbol okullarının faaliyetlerinin ticari bir yapı üzerine kurulmuş olması, elit futbola kazandırılacak çocukların kaybolmasına sebep olabilmektedir.

Özellikle büyük şehirlerdeki kentleşmenin beraberinde getirdiği sorunların başında çocukların oyun oynayabilecekleri alanların yetersizliği gelmektedir. Güvenlik sebebiyle de sokaklara çok fazla çıkılmadığını düşündüğümüzde okul bahçelerinde ya da futbol sahalılarında yapılacak olan faaliyetler önemini arttırmaktadır. Spor aracılığı ile sosyal hayattan uzak kalan çocuklar için Grassroots Çocuk Futbolu faaliyetleri oldukça önemli bir yere sahiptir. İrlanda’da yapılan bir çalışma, göçmen çocukların Grassroots kulüpleri aracılığı ile katıldıkları etkinlikler sayesinde boş zamanlarını değerlendirdiklerinden, sportif performanslarını

geliştirdiklerinden ve sosyalleştiklerinden bahsetmiştir. Bununla birlikte o ülkeye aidiyet duygularının artabileceğinden ve ulusal spor kültürüne ulaşılabilirliğinden de bahsedilmiştir (Mauro, 2016). Bu bağlamda, yapılan çalışma incelendiğinde kültürler arası buluşmalarda Grassroots çocuk futbolunun önemini vurgulamakta ve çalışmamızı desteklemektedir.

Ülkemizde özellikle amatör kulüplerin altyapı faaliyetlerini sürdürebilmesi için sporcuya, sporcunun da malzemeye ve başında bir antrenöre ihtiyacı vardır. Kulüplerin bu ihtiyaçlarının karşılanması, altyapıya verilen önemi arttıracakını düşündürmektedir. Yerel yönetimler, yerel firmalar ve TFF tarafından yapılan desteğin sürekliliği ve miktarı kulüplerdeki Grassroots yapılanması için oldukça önemlidir. Japonya’da 2003 yılından sonra hareketlenen Grassroots Çocuk Futbolu faaliyetleri neticesinde 12 yaş altındaki lisanslı çocuk sayısı 2014 yılına kadar %20 oranında artmıştır. Bunun en büyük sebebi olarak Japonya Futbol Federasyonu’nun içindeki ve dışındaki birimlerle yapılan işbirliği, antrenör eğitim programları, kulüplerin, okulların ve liglerin fırsatlarının artırılması göze çarpmaktadır (Sugiyama ve ark., 2017) Bu durum, paydaşlarla işbirliği anlamında çalışmamızı destekler niteliktedir. TFF öncülüğünde yapılacak ulusal organizasyonlar için de UEFA’nın desteğinin yanında farklı sponsorlara da ihtiyaç olduğu sonucuna varılmıştır. Miloch ve Lambrecht (2006)

Grassroots etkinliklerindeki sponsorluk konusunda spesifik firmaların hedef alınması gerektiğini, böylelikle firmanın da marka sadakati yaratabileceğini belirtmiştir.

Kulüplerdeki küçük yaş antrenörlerin gelirlerinin düşük olması, verilen eğitimin, ilginin ve kalitenin de düşük olmasına sebep olmaktadır. Bu antrenörlerin gelirlerinin artırılması, antrenörün kafasındaki “daha üst kategorilere yükselme” düşüncesini tamamen yıkacak, hem grubuna vereceği önemi hem de bireysel gelişimine yapacağı katkıyı arttıracakı düşünülmektedir. İngiltere’de çocuk futbolu üzerine yapılan bir çalışmada da tüm çocukların nitelikli antrenörler ve uygun sahalarda çalışma yapması gerektiğinden bahsedilmiştir (O’Gorman ve Greenough, 2015). Kulüplerin alacağı maddi desteğin bu bağlamda önemli olduğunu da söyleyebiliriz.

Grassroots çocuk futbolunun amaçlarından biri de yetenekli çocukları keşfederek elit futbolcu havuzuna oyuncu kazandırmaktır. Futbolcunun gelişme gösterebilmesi için çalışması, çalışma yapabilmesi için uygun şartlarda spor tesislerine ihtiyacı vardır. Başta büyük şehirler olmak üzere Türkiye’nin birçok şehrinde tesis yetersizliği söz konusudur. Kulüplerin özellikle altyapı grupları çalışmalarını daha rahat ve verimli yapabilmesi için tesis sayılarının artırılması gerekmektedir. Bunun yanında İngiltere’de yapılan bir çalışmada küçük yaşta çocukların yeteneklerinin keşfinde Futbol Federasyonu ile birlikte ilçelerde bulunan futbol dernekleri ve kulüplere büyük iş düştüğü aktarılmıştır (Reeves vd., 2018).

Grassroots faaliyetlerinin olmazsa olmaz parçası gönüllü bireylerdir. Çalışmamızın bulgular kısmında aktarıldığı gibi ülkemizde gönüllülük kavramı olması gerektiği gibi işlememektedir. Norveç’te yapılan bir çalışmada, Norveç’teki tüm spor derneklerinin % 67’sinde, spor

etkinliklerinin organizasyonları yalnızca gönüllüler tarafından yapılmaktadır (Tuastad, 2017). İskoçya’da bulunan gönüllü spor kulüpleri aracılığı ile spora katılımın artırılması hedeflenmektedir. Hükümetin tesisleri iyileştirmesi ile birlikte de gönüllülük faaliyetlerinin hedefine daha rahat ulaşacağı aktarılmıştır (Reid, 2012). Üniversitelerin Spor Bilimleri Fakültelerinde ve Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokullarında öğrencilerin aldığı staj ya da topluma hizmet uygulamaları gibi derslerde Grassroots faaliyetlerinde gönüllü eğitmenlik desteği alınabilir. Bu derslerin her sene öğrenci ile buluşuyor olması beraberinde projelerdeki sürekliliği de getirecektir. Gönüllülüğün üniversite öğrencilerine doğru aktarılması ile birlikte mezun öğrenciler yine ilkokullarda çalışmalarına devam edebilir düşüncesindeyiz.

Sonuç

Çalışmamızın veri toplama kısmında katılımcılarla yaptığımız görüşmeler neticesinde Grassroots faaliyetlerinin yürütülmesi konusunda bir araya gelmesi gereken paydaşlar şu şekilde ortaya çıkmıştır:

- Türkiye Futbol Federasyonu
- Üniversiteler
- Milli Eğitim Bakanlığı
- Belediyeler
- Kulüpler
- Sponsorlar

TFF tarafından bugüne kadar yapılan Grassroots Çocuk Futbolu organizasyonları, şebeke tipi organizasyonun türlerinden biri olan dengeli şebeke yapısında gerçekleşmiştir. Bu yapıda lider konumunda bulunan TFF olmuştur ve paydaşlar lider işletme etrafında bulunmuştur. TFF’nin yaptığı ve resmi web sitesinde de yer alan “Üniversite – Çocuk Futbolu” ve “Okul ve Çocuk Futbolu” projelerinde üniversiteler, MEB, GSB ve sponsor ile iş birliği yaptığı görülmektedir (<http://www.tff.org/default.aspx?pageID=883>, Erişim tarihi: 24.01.2018).

Çalışmamızın uygulama bölümünde, üniversite olarak aracı konumunda yürüttüğümüz organizasyonda TFF, MEB ve Belediye, organizasyonda işbirliği yapılan paydaşlar olmuşlardır. Başarı ile sonuçlanan bu organizasyon sonunda bu tip organizasyonların sadece TFF liderliğinde yapılmasının gerekli olmadığı, diğer paydaşların dinamik şebeke örgütlenme yapısına uygun şekilde aracı olarak paydaşları bir araya getirebileceği sonucuna varılmıştır. Çalışmamızın alanyazın kısmında TFF’nin Grassroots projeleri konusunda süreklilik gösteremediğinden bahsedilmiştir. Bu durum, ilgili birimdeki personel sayısının yetersizliği ve sponsor sorununu akla getirmektedir. Bu şartlarda tüm yükün TFF üzerinde olması kabul edilebilir bir gerçek değildir. Dolayısıyla

çalışmamızın model önerisi kısmında örgüt yapısında lider bir işletmenin olduğu dengeli şebeke örgütlenme yapısı yerine paydaşların aracı konumunda olduğu dinamik şebeke örgütlenme yapısı önerilmektedir. Bu yapıda paydaşlardan biri bağımsız kurumlar arasında koordinasyonu sağlayan aracı kurum olacak ve her kurum kendi uzmanlık alanında desteğini sağlayacaktır.

Organizasyonun başarılı yürütülmesinde öne çıkan hususlar minimum paydaş sayısı, paydaşlar arasındaki iş yükü dengesi ve uyumdur. Literatürdeki yönetim fonksiyonlarından koordinasyonun sağlanabilmesi için paydaşlar arasındaki uyum son derece önemlidir (Bolat vd., 2008). Bununla birlikte bu organizasyonda olmazsa olmaz temel unsurlar etkinliği yürütecek donanımlı koordinatörler, konu ile ilgili yeterliliğe sahip gönüllü antrenörler ve uygulamalarda kullanılacak malzemelerdir. Saha tercihinin bağlı olarak ulaşım, kumanya ve reklam ise birinci derece öneme sahip olmayan yan unsurlar olarak değerlendirilebilir.

Elde ettiğimiz veriler ışığında dinamik şebeke tipi örgütlenme yapısı kapsamında MEB aracılığındaki model, temel unsurlara sahip minimum paydaşla iş yükü dengesinin korunmuş olması, etkili iletişim ağına sahip olması ve her ilde beden eğitimi ve spor öğretmenine rahatlıkla ulaşabiliyor olması sebepleriyle Türkiye’de Grassroots çocuk futbolunun geliştirme ve sürdürülmesine yönelik en uygun model olduğu sonucuna varılmıştır.

Kaynaklar

Akkoyun, B. (2015). Teknoloji Yönetiminin Başarısında Örgütsel Yapı ve İnsan Kaynakları Yönetimi Unsurlarının Etkisi Üzerine Bir Araştırma. İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Malatya (Danışman: Prof. Dr. Mehmet Tikici).

Aktaş, H., Mutlu, S. (2016). Futbolda Finansal Sürdürülebilirlik Kapsamında “Finansal Fair Play Başa Baş Kuralı” ve Beşiktaş Futbol Kulübü Üzerinde Bir Uygulama. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 14, Sayı: 2.

Aslan, C. S., Akça, F., Müniroğlu, S. (2015). Süper Lig Futbol Takımlarının Altyapılarından Oyuncu Yetiştirme Verimliliklerinin İncelenmesi. Ankara Üniversitesi Spor Bil. Fak., Cilt: 13, Sayı: 2.

Bolat, T., Seymen, O., Bolat, O., Erdem, B. (2008). Yönetim ve Organizasyon, 1. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara, s: 107, 323.

Güngör, A. (2014). Futbol Endüstrisinde Sportif Başarı İle Finansal Performans Arasındaki İlişkinin Analizi ve Türkiye Uygulaması. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 1.

Harvey, A. (2016). The Public Schools and Organized Football in Britain: Fresh Perspectives on Old Paradigms. International Journal of the History of Sport, 33(3).

Haugaasen, M., & Jordet, G. (2012). Developing Football Expertise: A Football-Specific Research Review. International Review of Sport and Exercise Psychology, 5(2).

Howie, L., Allison, W. (2016). The English Football Association Charter for Quality: The Development of Junior and Youth Grassroots Football in England. Soccer and Society, 17(6).

Hoye, R., Smith, A., Werterbeck, H, Stewart, B. and Nicholson, M. (2006). Sport Management Principles and Application. Elsevier Ltd., Burlington.

Ilgar, M.Z., Ilgar C. S. (2014). Nitel Bir Araştırma Deseni Olarak Gömülü Teori (Temellendirilmiş Kuram). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 2(3). İstanbul.

Liang, Y. (2016). Developing a Sustainable Football Model With the AFC Vision Asia Philosophy - Two Grassroots Development Cases in Zibo and Qingdao. Sport in Society, 19(10).

Mauro, M. (2016). Transcultural Football. Trajectories of Belonging Among Immigrant Youth. Soccer and Society, 17(6).

Miles, M. B, Huberman, A. M. (1994). Qualitative Data Analysis (2nd edition). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Miloch, K. S., Lambercht, K. W. (2015). Consumer Awareness of Sponsorship at Grassroots Sport Events. Sport Marketing Quarterly, Vol:15.

O’Gorman, (2015). J. Introduction: Developing the Research Agenda in Junior and Youth Grassroots Football Culture. Soccer & Society.

O’Gorman, (2015). Greenough, K. Children’s Voices in Mini Soccer: an Exploration of Critical Incidents. Soccer & Society.

Özdemir, L. (2010). Şebeke Organizasyon Nedir, Ne Değildir? Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Kütahya.

Reeves, M. J., Littlewood, M. A., McRobert, A. P., & Roberts, S. J. (2018). The Nature and Function of Talent Identification in Junior-elite Football in English Category One Academies, Soccer & Society.

Reid, F. (2012). Increasing Sports Participation in Scotland: Are Voluntary Sports Clubs the Answer? International Journal of Sport Policy.

Relvas, H., Littlewood, M., Nesti, M., Gilbourne, D., & Richardson, D. (2010). Organizational Structures and Working Practices in elite European Professional Football Clubs: Understanding the Relationship Between Youth and Professional Domains. European Sport Management Quarterly.

Sugiyama, M., Khoo, S., & Hess, R. (2017). Grassroots Football Development in Japan. The International Journal of the History of Sport.

Şaban, A., Ersoy, A. (2016). Eğitimde Nitel Araştırma Desenleri, Anı Yayınları, 1. Baskı, Ankara.

Talimciler, A. (2005). Türkiye’de Futbol İdeoloji İlişkisi: Medyadaki Futbol Söylemi Üzerine Bir İnceleme. Doktora Tezi, İzmir, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Thomson, E., & Williams, R. (2014). Children as Football Fans: An Exploratory Study of Team and Player Connections. Young Consumers.

Tobin G. A., Begley C.M. (2004). Methodological Rigour within a Qualitative Framework. J. Adv. Nurs.

Tuastad, S. (2017). The Scandinavian Sport Model: Myths and Realities. Norwegian Football as a Case Study. Soccer and Society.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. 7. Baskı, Seçkin Yayınevi.

Sağlıklı Yaşam Pazarlaması Açısından Kamu Spotları: “Obezite ile Mücadele Hareketi Kampanyası” Örnek Olay İncelemesi

Nevin Karabiyik Yerden ¹

¹ Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO,
*Sorumlu Yazar: nkarabiyik@marmara.edu.tr

Gönderilme Tarihi: 24.10.2019 – Kabul Tarihi: 22.11.2019

Öz

Toplumların yaşam kalitesini artıran en önemli unsurlardan biri olan sağlıklı yaşam, giderek önemi artan bir alan haline gelmektedir. Özellikle endüstrileşme, yanlış beslenme, stres gibi faktörler sağlıklı yaşama olan ihtiyacı gün geçtikçe hissettirmektedir. Bu sebepler ile ortaya çıkan sağlıklı yaşam pazarlaması, pazarlamanın genişleyen kapsamı içerisinde yer almaktadır. Sağlıklı yaşam pazarlaması, gıda sektöründen, spora, önleyici sağlık hizmetlerinden sağlık sigortasına kadar birçok sektörü ilgilendiren bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte sağlıklı yaşam pazarlaması sadece özel sektörde değil, kamu sektöründe de toplumsal refah seviyenin ve yaşam kalitesinin artması amacı ile kullanılabilir. Özellikle kamu sektöründe yaygın olarak en sık kullanılan iletişim aracı olan kamu spotları, sağlıklı yaşam pazarlamasında hedef kitleye ulaşmanın en kritik yolu olarak görülmektedir. Bu gerekçe ile çalışmanın amacı sağlıklı yaşam pazarlaması açısından kamu spotlarının incelenmesi olarak belirlenmektedir. Bu çalışma kapsamında T.C. Sağlık Bakanlığı “Obezite ile Mücadele Hareketi Kampanyası” örnek olay yöntemine göre incelenmiş olup bu kampanyanın, sağlıklı yaşam pazarlamasının uygulama çalışmalarında etkili olduğu, bütünsel pazarlama iletişimine uygun olarak tasarlandığı sonucuna varılmıştır. Ancak kampanyanın ilerleyen yıllarda devamının, iletişimin sürekliliği ve hedef kitlede davranış değişikliğinin sürmesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Sağlıklı Yaşam Pazarlaması, Kamu Spotu, Obezite

Public Service Announcements in Wellness Marketing: "Obesity Struggle Movement Campaign" Case Study

Abstract

Wellness, one of the most important factors that improve societies' quality of life, is becoming an increasingly more important field. Factors such as industrialization, malnutrition and stress make the need for a healthy life felt day by day. Wellness marketing, put forward for this reason, finds a place within the growing spectrum of marketing in the area of healthy living. Wellness marketing is emerging as a concept that concerns many sectors from the food industry to sports. However, wellness marketing can be used to improve social security and quality of life not only in the private sector but also in the public sector. Public service announcements, which are the communication tool most commonly used especially in the public sector, are seen as the most important way to reach the target audience in wellness marketing. With this reason, the purpose of this study is determined as the examination of public service announcements in terms of wellness marketing. In this study, the " Obesity Struggle Movement Campaign " of the Republic of Turkey Ministry of Health is analysed by case study method, this campaign implementation being successful in wellness marketing studies, concluded it was designed in accordance with the integrated marketing communications. However, in the following years the continuation of the campaign is considered important in terms of continuity of communication and sustainability of behavioural improvement in the target group.

Keywords: Wellness marketing, Public service announcement, Obesity

Giriş

Sağlıklı yaşamın gün geçtikçe daha önemli hale geldiği günümüzde, endüstrileşme, çevre kirliliği, stres gibi birçok çevre faktörünün getirdiği olumsuzlukların sonucu olarak kişilerin sağlıklarına ve sağlıklı yaşama daha fazla önem verdikleri görülmektedir. Doğal ve sağlıklı beslenme, temiz bir çevrede yaşama, spor yapma, sağlığı koruyucu önlemlerin yaşamın bir parçası haline gelmesi gibi eylemlerin hepsi aslında sağlıklı yaşam trendinin bir parçası olarak görülmektedir.

Dünya Sağlık Örgütü'ne göre sağlık; kişinin fiziksel, zihinsel ve sosyal açıdan iyilik hali olarak tanımlanmaktadır (WHO, 2019). Bu tanıma göre sadece fiziksel ya da zihinsel açıdan iyi olma, sağlıklı olmak açısından yeterli olmamaktadır. Aynı zamanda sosyal ilişkilerin düzeni de kişiyi iyi hissettirme açısından önemli görülmekte ve sağlığın bir parçası olarak nitelendirilmektedir. Bu durum ise sağlıklı yaşam kavramının gelişimini sağlamaktadır. Gıda ürünlerinden, spor hizmetlerine kadar birçok alan ve bu alanda yer alan sektörler, sağlıklı yaşamın bir parçası haline gelmektedir. Bir başka açıdan sağlıklı yaşam, toplumsal bir konu olarak da değerlendirilmektedir (Prilleltensky, 2008, 116). Bu bakış açısına göre ülkelerin makro politikaları ile toplumların sağlıklarının gelişeceği ve gelecek nesillere aktarılacağı düşünülebilir. Örneğin okullardaki beden eğitimi derslerinin günlük aktivitenin bir parçası haline getirilerek çocuklara spor yapma alışkanlığının kazandırılması, sağlıklı yaşam anlamında gelecekteki birçok riski azaltmaya katkı sağlayacaktır. Bu gibi uygulamalar sağlıklı yaşamın kişi ve toplum seviyesinde düzenlenmesini gerekli kılmaktadır. Sağlıklı yaşam, sadece kişileri ve toplumları ilgilendirmenin dışında farklı sektörler açısından da önemli olmakta ve genişleyen pazarlamanın kapsamı ile sağlıklı yaşam pazarlaması kavramını gündeme getirmektedir. Kurum, kuruluş, işletme, sivil toplum kuruluşları ya da ülke yönetimlerinin sağlıklı yaşam pazarlama ve tanıtım çalışmalarını geliştirmeleri ve hedef kitlelerine ulaşturmaları önemli bir konu olarak görülmektedir. Topluma ulaşmanın en etkili yöntemlerinden biri olan kamu spotları, sağlıklı yaşamın geliştirilmesi ve sağlık pazarlamasının uygulama alanı açısından da önemli birer iletişim aracı olarak görülmektedir.

Sağlıklı yaşam alanında yürütülen kampanyaların, kamu spotları ile hedef kitlelerine ulaşması ve toplumun sağlık geliştirme davranışına yönelik motivasyonlarını artırmak önemli bir çalışma alanını oluşturmaktadır. Literatür incelendiğinde kamu spotlarının, genellikle sosyal pazarlama açısından incelendiği görülmektedir (Bilgüç, 2016,27). Ancak sağlıklı yaşam trendinin artması kamu spotlarının, sağlıklı yaşam pazarlamasındaki rolünün değerlendirilmesi gerekliliği ortaya çıkarmaktadır. Bu gerekçeler ile öncelikle sağlıklı yaşam pazarlaması kavramının ve gelişiminin açıklanması, sonrasında ise kamu spotları çalışmalarının incelenmesi yararlı görülmektedir.

Sağlıklı Yaşam Pazarlaması

Sağlıklı yaşam son dönemde en çok yükselişe geçen trendlerden biri olarak ortaya çıkmaktadır. Tüketicilerin giderek bilinçlenmesi, sağlığın artan önemi, hayat kalitesini artırma çabaları gibi birçok değişken sağlıklı yaşam trendini artırırken özel ya da kamu alanında birçok kurum ve kuruluş sağlıklı yaşam çalışmalarına önem vermektedir. Sağlıklı yaşam pazarlaması, belirli bir hastalığın tedavisi için ürün ya da hizmete ihtiyacı olmayan, sağlığını geliştirmeyi ve korumayı isteyen kişilerin oluşturduğu hedef pazara yönelik olarak geliştirilen ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtım çalışmalarını uygulanmasını sağlayan faaliyetler bütünüdür. Sağlıklı yaşam pazarlamasının öncelikli hedef kitlesi, herhangi bir hastalık teşhisi koyulmuş kişilerden ziyade, sağlığını korumak ve yaşam kalitesini geliştirmek isteyen tüketiciler olarak görülmektedir (Bozkurt, 2015, 72). Dolayısı ile çeşitli yaklaşımlara göre sağlıklı yaşam pazarının bileşenleri değişebilmektedir. En önemli sağlıklı yaşam modellerinden biri Pender(1982)'nin geliştirdiği "Sağlık Geliştirme Modeli"dir. Sağlık geliştirme modelinin temelinde insanların iyi olma güdüsünün yüksek düzeyde olduğu ve bunun sürekli aktiviteler dâhilinde gerçekleştiği ileri sürülmektedir. Nola Pender, hemşirelik ve davranış bilimleri arasında disiplinler arası bir çalışma ile sağlığı geliştirme modelini oluşturmuştur. Pender modelini ilk olarak 1980 yılında kurgulamış, daha sonra 1987 ve 1996'da güncellemiştir. Model, kişilerin sağlıklarını geliştirme davranışlarının kazandırılmasına yönelik çalışmaları kapsamaktadır. Modelin çekirdek kavramı öz-yeterlilik algısıdır. Sağlığın geliştirilmesi modelindeki bilişsel algılama faktörleri, sağlığı geliştirici davranışların kazanılması ve sürdürülmesinde başlıca motivasyonları içermektedir (Sevinç, 2006, 149). Pender, Sosyal Öğrenme Teorisi'nden geliştirdiği modelde, sağlık inanç modelinde bulunan yarar ve engel algısının sağlığı koruma davranışlarını açıklamada veya davranışı tahmin etmede önemli olduğunu savunmaktadır (Çalık & Kapucu, 2017, 66). Bir diğer model ise "Sağlıklı Yaşam Davranışı Modeli"dir. Bu model, sağlıklı yaşam davranışı üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörlerin iyileştirilmesi yolu ile sağlığın geliştirilmesini amaçlamaktadır. Demografik faktörlerin, kişinin egzersiz yapma, beslenme, stres yönetimi gibi faktörleri etkilediği düşünülmektedir (Murrow & Welch, 1997, 33; Aktaran: Bozkurt, 2015, 62). Bunun dışında geliştirilen daha farklı modellere bakıldığında işletmeler açısından geliştirilen "Stratejik Sağlıklı Yaşam Modeli"nin olduğu görülmektedir. Bu modele göre tüketicilerin genel sağlıklı yaşam durumu, marka, destinasyon, işletme vb. tercihini etkileyecektir. Bu ise işletmenin performansı üzerinde etkili bir rol üstlenecektir (Alabadi, 2019, 3-4). Dalton ve Logomarsino'ya (2014) göre stratejik sağlıklı yaşamın bileşenleri şu şekilde açıklanmaktadır: Sosyal sağlık, entelektüel sağlık, fiziksel sağlık, duygusal sağlık, ruhsal sağlık, mesleki sağlık (Dalton & Logomarsino, 2014, 99). Dolayısı ile sağlıklı yaşam pazarlamasının temelini, sağlığın geliştirilmesi amacı ile kurum ya da kuruluşlar tarafından sunulan sağlıklı yaşama destek olan ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtım çalışmasının tümünü oluşturduğunu söylemek mümkündür. Sağlıklı yaşamın teşviki ve geliştirilmesi kavramı, toplumdaki sağlık

paradigmasındaki değişikliklere paralel olarak sağlık eğitimi ve farkındalık kavramının geliştirilmesine yol açmaktadır. Halk sağlığı paradigmasındaki değişiklikler, hastalık modellerinde, yaşam tarzlarında, yaşam koşullarında, yaşam ortamlarında ve demografik özelliklerde meydana gelen değişikliklerden kaynaklanmaktadır. Sağlıklı yaşam tarzlarının veya sağlıklı yaşama davranışının teşvik edilmesi, artan sağlık bakımı maliyetlerini azaltmanın bir yolu olarak görülmektedir. Bazı sağlık uzmanları, koruyucu tıbbın bir hastanın sağlık durumunu korumanın optimal maliyetli yolu olduğunu düşünmektedir (Murrow & Welch, 1997, 30). Bu durum sağlıklı yaşam pazarlamasının önemini vurgulamaktadır. Bu anlamda sağlıklı yaşamın sadece kişilerin değil aynı zamanda işletmelerin, markaların ve devletlerin de ilgi alanına girdiğini ve öncelikli çalışma alanları olduğunu söylemek mümkündür.

Toplumların gelişmişlik düzeyinin yükselmesi ile her alanda uzmanlığın artması, çalışma koşullarındaki değişimler, boş zamanlardaki artış, kadınların iş hayatında daha çok yer alması gibi sebepler insanların günlük yaşamlarında daha çok ürün ve hizmet satın almalarını ve tüketmelerini gerektirmektedir (Bilgen, 2017, 6). Kullanılan pazarlama stratejileri ve taktikleri, büyük bir tüketim artışına neden olmakta ve böylece daha fazla üretim yapmak için daha fazla hammadde ihtiyacı doğmaktadır. Bu nedenle işletmeler ya da diğer kurum ve kuruluşlar ekonomik büyüme ve karlılık oranları kadar toplumun çıkarlarını da göz önüne almalıdır (Uydacı, 2017, 186). Bu süreçte insanlar, ne kadar sağlıklı yaşam eğiliminde olursa toplumun yaşam kalitesi de o kadar yükselecektir. Dolayısı ile sağlıklı yaşam bir trend olmaktan çok bir kültür haline dönüştürülebildiği ölçüde anlamlı hale gelecek ve sürdürülebilir nitelikte olacaktır. Bununla birlikte sağlık hizmetlerinin doğası gereği çok kişisel ve özel bir hizmet olması güven, kişisel öneri ve tavsiyelerin ön planda tutulmasına neden olmaktadır (Uzun & Uydacı, 2010, 89). Bu ise sağlıklı yaşam pazarlamasında verilen mesajların kaynak güvenilirliğine olan ihtiyacı ortaya koymaktadır.

Sağlıklı yaşam pazarlama stratejisi incelendiğinde ilk aşamada hedef pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçim stratejisinin belirlenmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Sağlıklı yaşam pazarlamasında genellikle bölümlendirmede kullanılan kriterin yaşam tarzları olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalar insanların yaşam tarzları ile sağlıklı yaşam trendi arasında anlamlı bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır. En yaygın kullanılan hedefleme modeli, müşterilerin aktivitelerini, ilgi alanlarını ve fikirlerini ölçen AIO (Activities, Interests, Opinions) modelidir (Wells ve Tigert, 1971). Sağlıklı yaşam pazarlamasında yaşam tarzlarına göre bölümlendirme araştırmasına göre 5 farklı pazar bölümü ortaya çıkmaktadır: (a) ev severler, (b) idealistler, (c) bağımsız, (d) hedonist ve (e) muhafazakar (Suresh & Ravichandran, 2010, 5).

Sağlıklı yaşam pazarlamasında ürün çalışmasına bakıldığında sağlıklı yaşamı destekleyen tüm ürünlerin

sağlıklı yaşam ürünü olarak nitelendirildiği görülmektedir. Kickbusch & L. Payne'e göre sağlıklı yaşam ürünleri aşağıdaki şekilde sınıflandırılabilir: (i) beslenme ürünleri ve hizmetleri; (ii) yiyecek ve içecekler; (iii) fitness ürünleri ve hizmetleri; (iv) önleyici sağlık bakımı; (v) isteğe bağlı sağlık hizmetleri; (vi) alternatif sağlık bakımı; (vii) sağlıkla ilgili kaynaklar, (viii) sağlık turizmi ve (ix) sağlık sigortası. Bu ürün sınıflarından da anlaşılacağı üzere sağlıklı yaşamda ürün hattı oldukça fazla olmakla birlikte, kişilerin yaşam kalitesini artırmaya destek olabilecek birçok ürün, sağlıklı ürün kategorisinde yer almaktadır (Kickbusch and L. Payne, 2003, 276, Bozkurt, 2015, 91).

Sağlıklı yaşam pazarlamasında fiyat değişkenine bakıldığında tüketicilerin sağlıklı yaşam ürünlerine daha fazla para ödemeye razı oldukları görülmektedir. Sağlıklı yaşam pazarlamasında fiyat iki farklı açıdan değerlendirilebilir: İlki fayda maliyet analizinde olduğu gibi, ödenen bedel tüketiciye ne kazandıracak ve ne kadar maliyete katlanılacaktır? Bir diğeri ise sağlık sigortalarıdır. Özellikle sağlık kontrollerinin, tedavi masraflarından daha fazla bir maddi yük getirmesi insanları caydırmaktadır (Bozkurt, 2015, 91.).

Sağlıklı yaşam pazarlamasının en etkili bileşenlerinden bir diğeri de dağıtım kanalıdır. Sağlıklı yaşam ürün ve hizmetlerine erişimin rahat ve optimal şekilde gerçekleşmesi gerekmektedir. Aksi halde ürün, fiyat, tutundurma gibi çalışmaların bir anlamı olamayacaktır. Sağlıklı yaşam alanında farklı yapıda ürün ve hizmet bulunması sebebi ile dağıtım kanal yapısının da farklılaşacağını söylemek mümkündür. Bu anlamda en önemli unsur doğru hedef kitleye uygun kanal yapısının oluşturulmasıdır. Hedef kitlenin istenilen davranışı gerçekleştirilmesine olanak sağlayan lokasyonların, çalışma saatlerinin, konforun, aracı kurum ve kuruluşların da dağıtım kanalı kapsamında değerlendirilmesi gerekmektedir (Bozkurt, 2017, 90). Örneğin sağlıklı yaşam pazarında yer alan beslenme ürünler, doğallığını koruyarak ve bozulmadan hedef kitleye ulaştırılabilecek nitelikte, etkin ve verimli bir dağıtım kanalı yapısına ihtiyaç duymaktadır. Dağıtım kanalının yapısı, bu tür pazarlardaki en güçlü rekabet araçlarından biri olarak değerlendirilmektedir (Ali ve Alam, 2017, 119).

Sağlıklı yaşam pazarlamasında tutundurma bir diğer önemli konu olarak görülmektedir. Sağlık iletişimi olarak 1940'lardan itibaren çalışılmaya başlanan bu konu, hedef kitle ile sağlıklı yaşam pazarlaması sunan kurum ya da kuruluş arasındaki mesaj iletiminin sağlanması ve aktif bir iletişim yapısının oluşabilmesi amacı ile oldukça önemlidir. 1940 ve 1950'lerde Gary Kreps, 1960larda Barbara Korsch gibi araştırmacılar tarafından çalışılmaya başlanan sağlık iletişimi, 2000'li yıllarda Thompsan, Dorsey, Miller ve Parott gibi yazarların ortaya çıkardığı Sağlık İletişimi El Kitabı adında yayınlar ile literatürde daha belirgin bir noktaya gelmektedir (Göçmen & Ayvaz, 2017, 113). Sağlık iletişiminin kapsamı, sağlığın sadece korunması değil, sağlık tüketicisinin bilinçlendirilmesi ve sağlığın geliştirilmesi çalışmalarını da kapsamaktadır.

Schiavo, (2013)'ye göre sađlđđn geliştirilmesi bireysel ve toplumsal olarak sağlık ile ilgili konularda alınan kararlarda hedef kitlenin bilinçlendirilmesi ve etkilenmesi amacı ile gerçekleştirilen stratejileri gerekli kılmaktadır (Schiavo, 2013, 5). Sağlıklı yaşam pazarlaması açısından bu stratejiler, reklam, halkla ilişkiler, kişisel satış, doğudan pazarlama ve satış promosyonlarını iğereren geleneksel tutundurma araçları ile geliştirilebilmektedir (Bozkurt, 2015, 89). Bunun dışında bir diğer önemli iletişim aracı da kamu spotları olarak gürmektedir. Sađlđđn geliştirilmesi, sağlık bilincinin oluşturulmasında önemli bir rolü olan kamu spotları, bilgilendirici iletişim türlerinden biri olarak değerlendirilebilir. Kamu spotu, toplumu bilgilendirme, davranış değerikliği yapma, tutum değerirme, farkındalık yaratma ve kamu faydası sağlamaya yönelik kitlesel iletişim çalışmalarıdır. Sağlıklı yaşam alanında oldukça kullanılan kamu spotları, toplumsal bilincin oluşmasında etkili bir rol üstlenmektedir (Göçmen & Ayvaz, 2017, 115).

Kamu Spotu Kavramı ve Sağlıklı Yaşam Pazarlaması ile İlişkisi

Kamu spotu (PSA-Public Service Announcements), toplumun bilinçlendirilmesini ve farkındalık yaratılmasını sağlayan mesajlar bütünü olarak gürmektedir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) kamu spotları yönergesine göre kamu spotu "*Kamu kurum ve kuruluşları ile dernek ve vakıf gibi sivil toplum kuruluşlarınınca hazırlanan veya hazırlatılan ve Üst Kurul tarafından yayınlanmasında kamu yararı olduğuna karar verilen bilgilendirici ve eğitici nitelikteki film ve sesler ile alt bantları*" olarak tanımlanmaktadır (RTÜK Kamu Spotları Yönergesi, 2018). Bir başka tanıma göre kamu spotu, emniyet kemeri takmak, çeşitli hastalıklardan korunmak, su israfının engellenmesi, uyuşturucu ile mücadele gibi sosyal açıdan riskli durumlardan kaçınmak ve istenilen davranışın teşvik edilmesi için oluşturulan kısa reklamlar olarak tanımlanmaktadır (Walther, vd., 2010, 470). Bator & Cialdini (2000)'ne göre kamu spotları, genellikle kitle iletişim arağlarını kullanarak ticari amaç gütmeksizin belirli kitlelerde belirli davranışları bilgilendirmek, farkındalık oluşturmak veya teşvik etmek için tasarlanmaktadır (Bator & Cialdini, 2000, 527). Kamu spotlarının en önemli özelliklerinden biri kamu yararı gözetilmesidir. Dünya ve Türkiye'deki literatür tarandđında ve uygulamalar incelendiğinde kamu spotlarının toplum yararına ve kar amacı gütmeyen iletişim kampanyaları şeklinde yürütülmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır (Bilgüç, 2016, 28). Kamu spotları uzun süredir, sağlık ile ilgili iletişim kampanyalarının bir parçası olarak topluma ulaşmaktadır. Genellikle, önleyici sağlık kampanyaları ve kamu yararı öncelikli konular olan uyuşturucu, sigara, alkol kullanımından kaçınma, güvenli trafik, Aids gibi hastalıklar için farkındalık oluşturma amaçlı kullanılmaktadır (Lorch vd., 1994). Türkiye'deki kamu spotlarına yönelik çalışmalarda, sigaranın izleyiciler üzerindeki etkisi incelenirken (şeker & Tiryaki, 2013; Yaman & Göçkan, 2015) dünya literatüründe sıklıkla uyuşturucu karşıtı kamu spotlarının izleyiciler üzerindeki etkilerinin tartışıldığı gürmektedir (Walther vd., 2010). Bununla birlikte Dünyada birçok alanda kamu spotlarına

yönelik çalışmalara rastlanılmaktadır. Örneğin ABD'nin Colorado Eyaleti'ndeki bir lise, öğrencilerini, mezuniyet sonrasında sağlıklı yaşam alanında kariyer imkânı sunmak amacı ile kamu spotu çalışmalarına yönlendirmektedir. Bu amaç ile öğrenciler sağlıklı yaşam alanlarda çeşitli kamu spotları tasarlamakta ve sonrasında sağlıklı yaşam sektörünü incelemektedir. Konulardan bazıları şunlardır: Tip 2 diyabet, aşılar, uygun uyku ve yeme alışkanlıkları, sigara, internetten mesajlaşma, araba kullanma ve ekran süresini sınırlandırma nedenleri. Bu uygulama, kamu spotlarının sağlık alanında kullanımının en temel göstergesi olarak gürülebilmektedir (Network of the National Library of Medicine, 2016). Dünyada eğitimden medyaya kadar birçok alanda kamu spotlarının varlığı ve uygulama çalışmaları yapılmaktadır.

Türkiye'de kamu spotları ilk kez 1927 yılında radyoda kamu yararı iğerriği taşıyan 'anons'larla ve televizyonda ise 1981 yılında 'kamu yararı spotları'yla başlamaktadır. Günümüzde ise kamu yararı ile zorunlu yayınlar kapsamında devam etmektedir (Bilgüç, 2016, 27).

Kamu spotları sosyal sorumluluk anlayışlı pazarlamanın önemli bir uygulama alanı olmakla beraber alt alanlarına bakıldığında özellikle sağlık, sağlıklı yaşam, sađlđđn korunması ve geliştirilmesine yönelik Dünya'da ve Türkiye'de çok fazla kampanyanın yürütüldüğü gürmektedir. Dolayısı ile kamu spotları bu açıdan sağlıklı yaşam pazarlamasının da çalışma alanına girmektedir. Sağlıklı beslenmeden, hareket ve aktiviteye dayalı yaşama, sigara karşıtı kampanyalardan obeziteye kadar birçok sağlık kampanyası kamu spotları ile hedef kitlelerine ulaştırmaya çalışılmaktadır.

Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmanın metodolojisi, araştırmanın amacı, kapsamı, kısıtları, araştırma bulguları ve analizi bölümlerinden oluşmaktadır.

Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın amacı sağlıklı yaşam pazarlaması açısından kamu spotlarının değerlendirilmesi ve T.C. Sağlık Bakanlığı'nın yürüttüğü Obezite Mücadele Hareketi Kampanyası'nın incelenmesi olarak belirlenmektedir. Kamu spotu çalışmaları, sosyal sorumluluk anlayışlı pazarlama, sosyal pazarlama gibi alanlarda incelenmiş olsa da sağlıklı yaşam pazarlaması kapsamında daha önce araştırılmamıştır. Literatürdeki bu eksikliğe katkı sağlamak amacı ile giderek önemli bir trend haline gelen sağlıklı yaşam pazarlaması ile kamu spotları arasındaki ilişki T.C. Sağlık Bakanlığı Obezite Mücadele Hareketi Kampanyası üzerinden örnek olay yöntemi kullanılarak analiz edilmektedir. Bu anlamda çalışma sağlıklı yaşam pazarlaması ve kamu spotu konularını kapsamaktadır.

Araştırmanın Kısıtları

Bu araştırma, sağlıklı yaşam pazarlaması açısından kamu spotlarının değerlendirilmesini amaçlamakta olup, sağlıklı yaşam pazarlaması çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Bununla birlikte araştırmada sadece obezite ile mücadele kampanyası incelenmektedir Dünya’da ve Türkiye’de sağlık ve sağlıklı yaşam alanında pek çok kampanya yürütülse de Dünya Sağlık Örgütü Avrupa Bölgesi çalışması ile entegre yürütülmesi ve geniş kapsamlı olmasından dolayı bu kampanya seçilmiştir. Dolayısı ile araştırmanın kısıtlarından biri de tek bir kampanya üzerinden örnek olay çözümlemesi yapılması olarak açıklanabilir.

Araştırma Bulguları ve Analizi

Bu araştırmada örnek olay yöntemi kullanılmaktadır. Araştırmada Avrupa Birliği ile entegre bir şekilde geliştirilmesi, gelecek nesiller için önemli bir tehdit unsuru oluşturma ihtimali ve önenebilir sağlık hizmetleri kapsamında yer alması sebebi ile “Obesite Mücadele Hareketi” kampanyası seçilmiştir. T.C. Sağlık Bakanlığı’nın geliştirdiği ve uyguladığı en geniş kapsamlı kampanyalardan biri olan “Obesite Mücadele Hareketi” Kampanyası ’na ait detaylı bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Obesite Mücadele Hareketi Kampanyası

Obesite Kavramı ve Kampanyanın Gelişimi

Obesite, genel olarak bedeninin yağ kütlelerinin yağsız kütleyle oranının aşırı artması sonucu boy uzunluğuna göre vücut ağırlığının arzu edilen düzeyin üstüne çıkmasıdır. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)’ne göre obezite, sağlığı bozacak ölçüde vücutta aşırı yağ birikmesi olarak tanımlanmaktadır (WHO, Obesity, 2019). İnsanlar, günlük aktivitelerine ve demografik özelliklerine göre enerjiye ihtiyaç duymaktadırlar. Bu enerjinin ise dengeli ve sağlıklı beslenme ile karşılanması gerekir (T.C. Sağlık Bakanlığı, Obesite Nedir? 2019). Türkiye Beslenme ve Sağlık Araştırması-2010 ön çalışma raporuna göre Türkiye’de obezite sıklığı(T.C. Sağlık Bakanlığı, Türkiye’de Obesitenin Görülme Sıklığı, 2019);

Erkeklerde %20,5

Kadınlarda ise % 41,0

Toplamda % 30,3

olarak bulunmuştur.

Obesite Mücadele Hareketi kampanyası, tüm dünyada sorun olan sağlıksız ve bilinçsiz beslenme sonucunda ortaya çıkan ve Avrupa Birliği entegrasyonu ile ilgili olan bir kampanyadır. 2006 yılında İstanbul’da “**Avrupa Obesite ile Mücadele Bakanlar Konferansı**” düzenlenmekte ve bu konferansta Obesite epidemisi ve çözüm önerileri tartışılmaktadır. Konferans sonunda “**Avrupa Obesite ile Mücadele Belgesi**” imzalanarak obezitenin evrensel bir sağlık

problemi olduğuna dikkat çekilmektedir. Bu gelişmelerin sonucunda 2006 yılında Obesite, Diyabet ve Metabolik Hastalıklar Daire Başkanlığı kurulmuştur.

Diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de “**Obesite (Şişmanlık) ile Mücadele ve Kontrol Programı (2010-2014)**”, hazırlanmıştır. Bu programın amacı, bilimsel ve politik kararlılığın oluşturulması ve sektörler arası faaliyetlerin güçlendirilmesi olarak belirlenmiştir. Eylem planında sağlıklı ve kaliteli bir yaşamla birlikte obezitenin önlenmesinin koruyucu sağlık hizmetleri kapsamında büyük bir önem taşıdığı belirtilmiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı, Obesite Mücadele Hareketi Kampanyası, 2019).

Obesite Mücadele Hareketi Kampanya Analizi

Obesite Mücadele Hareketi Kampanyası, Sağlık Bakanlığı tarafından tüm Türkiye genelinde başlatılan bir kampanya olup, bu çalışmada sağlıklı yaşam pazarlaması açısından kampanyanın ve ilgili kamu spotlarının örnek olay analizi yapılmaktadır.

Kampanya Amacı: Sağlıklı beslenme ve aktiviteye dayalı yaşam tarzının benimsenerek obezite için önleyici sağlık hizmetlerinin yaygınlaşması.

Hedef Kitle: Sağlıklı yaşamak isteyen, önleyici ve tedavi edici sağlık hizmeti almak isteyen çocuklar, gençler ve yetişkinler.

Konumlandırma: Dengeli beslenme ve harekete dayalı yaşam tarzı

Ürün: Kampanyanın ürün sınıflamasında Kickbusch and L. Payne’in sağlıklı yaşam pazarındaki ürün sınıflandırılması kullanılmış olup, sağlıklı yaşam pazarlamasına öncelikli konu olacak dört çeşit ürün grubu belirlenmiştir: (i) Beslenme ürünleri ve hizmetleri; (ii) yiyecek ve içecekler; (iii) fitness ürünleri ve hizmetleri; (iv) önleyici sağlık bakımı. Bu dört çeşit ürün, kampanyanın amacına ulaşmasını sağlayacak ürün grubu olarak görülmektedir. Burada amaç, hedef kitlenin sağlıklı ve dengeli beslenerek, harekete dayalı günlük yaşam tarzı ile önleyici sağlık hizmetlerini kullanması olarak görülmektedir.

Fiyat: Kampanyanın amacı doğrultusunda yukarıda tanımlanmış ürünlere erişimin sağlanabileceği fiyatların belirlenmesi oldukça önemlidir. Tüm Türkiye’de belediyelerin parklara ve açık alanlara yerleştirdiği spor aletleri, hareketli yaşamı teşvik ederken, ücretsiz kullanımı, toplumun erişimini sağlamaktadır. Bunun dışında obezite ile mücadele programı kapsamında sağlık açısından risk taşıyan gıdalara yönelik olarak bazı Avrupa ülkelerinde görülen yüksek vergilendirme, yüksek fiyatlandırma çalışmaları da yine sağlıklı yaşam

pazarlaması açısından bu kampanya için önem teşkil etmektedir.

Örneğin Danimarka’da doymuş yağ vergisi alınması, tatlı, dondurma ve meşrubat vergisi alınması, Macaristan’ın yüksek tuz ve şeker içeren gıdalardan kamu sağlığı vergisi alması, Fransa’nın şekerle ya da yapay tatlandırıcı ile tatlandırılmış gıdalardan vergi alınması gibi uygulamalar Obezite Mücadele Hareketi kampanyası kapsamında fiyatlandırma ile ilgili yapılan çalışmalar olarak ifade edilebilir. Bunun dışında yine Obeziteye karşı geliştirilen bir diğer program ise Avrupa Birliği Okul Meyvesi Programı’dır. Okullarda çocuklara ücretsiz bir biçimde dağıtılan meyve ve sebze ile sağlıklı beslenme teşvik edilirken obezitenin önlenmesi amaçlanmaktadır. Bu program 2014-2015 yıllarında 150 milyon Euro’luk bütçe ile devam etmektedir (Dünya Sağlık Örgütü, 2014).

Dağıtım: Kampanyanın ürünlerine göre dağıtım kanal yapısı değerlendirildiğinde her ürün için farklı bir dağıtım kanalı yapısı öngörülmekle birlikte, hedef kitlenin ihtiyacına ve kullanımına göre şekillendirilmektedir. Dünya Sağlık Örgütü’nün 2015-2020 eylem planı arasında olan sağlığı iyileştirici çevrelerle insanları ve toplumları güçlendirme çalışmaları, sağlıklı yaşamı destekleyen ürünlere erişimin kolaylaşması ve sağlık eşitliğinin sağlanmasını kapsamaktadır. Sağlıklı yaşam ürünlerinden olan beslenme ürünleri ve hizmetleri ile yiyecek ve içecekler soğuk zincir sayesinde tüketiciye doğru bir şekilde ulaştırılmaya çalışılmaktadır (Dünya Sağlık Örgütü, 2014, 6). Bununla birlikte fiziksel aktiviteye her noktadan erişim sağlanabilir nitelikte olup, parklar, yürüyüş alanları, parklardaki spor aletleri vb. bu çalışmaları teşvik edici niteliktedir. Son ürün olan önleyici sağlık hizmetleri ise birinci basamak hekimlere ulaşım ile gerçekleştirilebilir (Türkiye Halk Sağlığı Kurumu, 2013, 109).

Tutundurma: Obezite Mücadele Hareketi kampanyası, sağlıklı yaşam pazarlaması açısından incelenmektedir. Bu anlamda kampanyanın sağlık iletişimi ve pazarlama alt karması olan reklamlar, halkla ilişkiler, kişisel satış, satış geliştirme ve doğrudan pazarlama değişkenlerini kullanarak kullanmadığı değerlendirilmektedir. Kampanyadaki en güçlü çalışmalardan biri kamu spotları olarak görülmektedir. Kamu spotları bir sağlık iletişim aracı olmakla beraber sağlıklı yaşam pazarlaması açısından reklam çalışmaları olarak değerlendirilebilir. Obezite Mücadele Hareketi kampanyası dâhilinde Türkiye’de birçok çalışma yapılmıştır. Dünya Sağlık Örgütü’nün ilgili raporları Türkçe’ye çevrilerek, internet üzerinden yayınlanmış ve ilgili gruplara yönlendirilmiştir. Bunun dışında birinci basamak hekimler için obezite el kitabı gibi yayınlar geliştirilerek obezite ile ilgili olabilecek tüm paydaşlara ulaştırılmış, basın toplantıları ve basın bildirimleri ile konu açıklanmaya çalışılmıştır. Bu anlamda halkla ilişkilerden yoğun olarak yararlanılmaktadır. Kampanya kapsamında sağlık çalışanlarının hasta ya da potansiyel hastalar ile birebir ilgilenmesi, obezitenin anlatılması, tedavi edici ya da önleyici çalışmaların yapılması sağlanmıştır. Toplumdaki kişilere verilen çeşitli

promosyon ürünler ile iletişim sürdürülmüştür. Bu anlamda kişisel satış ve satış geliştirme stratejilerinin uygulandığını söylemek mümkündür. Bunun dışında afiş tasarımları, ilanlar, web sitesi gibi farklı araçlar da kullanılmış olup, kampanyada doğrudan pazarlama çalışmalarından da faydalanılmıştır. Bununla birlikte kampanyanın en etkileyici çalışmalarından biri olan kamu spotları daha detaylı olarak değerlendirilmektedir.

Obezite Mücadele Hareketi kampanyası kapsamında yetişkin ve çocuk olmak üzere iki kategoride kamu spotu çalışması yapıldığı görülmektedir. Sağlık Bakanlığı’nın kampanya dâhilinde yayınladığı toplamda beş kamu spotu bulunmaktadır. Bunlar sırası ile “Obezite-Çocuk, Obezite-Yetişkin, Obezite Mücadele Hareketi Başlıyor! Vücut Kitle İndeksi ve Demet’in Başarı Hikâyesi” kamu spotlarıdır. Bu kamu spotlarının analizine yönelik detaylar aşağıdaki görülmektedir.

Obezite-Çocuk Kamu Spotu: Hazır gıdaların tüketilmemesi, hareketsiz kalmanın getireceği sağlık problemleri, sağlıklı beslenme ve düzenli hareket etme temaları kullanılarak teşvik edilmeye çalışılmaktadır. Yalnızlık, mutsuzluk duyguları ön planda olup, çocukların yanlış beslenme alışkanlıklarının olduğuna dair farkındalık yaratmak amaçlanmaktadır. Obezite çocuk filminin sloganı “Sağlıklı beslen, hareket et, mutlu yaşa!”dır. Duygusal içerikte yalnızlık ve mutsuzluk duyguları görülmekte olup, çocuğun sağlıksız gıda tüketiminin, onu yalnız ve hareketsiz bıraktığına vurgu yapılmaktadır. Burada kullanılan korku öğeleri ile sağlıklı yaşam teşvik edilmeye çalışılmaktadır. Sosyalleşme, aynı zamanda hareketli yaşam tarzını teşvik edeceği için obeziteden uzak kalacağı sonucuna varılmaktadır.

Obezite-Yetişkin Kamu Spotu: Sağlıksız beslenme tercihleri, karbonhidrat ve şekerin fazla tüketimi insan sağlığını olumsuz etkilemektedir. Obeziteden korunma ve sağlıklı yaşama davranışı, sağlıklı beslenme ve düzenli hareket etme temaları kullanılarak teşvik edilmeye çalışılmaktadır. Yalnızlık, mutsuzluk, sıkılmışlık temaları kullanılmaktadır. “Obezite kaderiniz değil, tercihlerinizdir”, sloganı, sağlıklı yaşamın sorumluluğunun yetişkinlerde olduğunu ve hangisini tercih ettiklerinin sorgulamasıdır. Bu çalışmada da yine duygusal içerikte korku öğelerinden yararlanılmakta, fakat bunun, kaderden ziyade tercih ile değiştirilebileceği vurgulanmaktadır. “Sağlıklı beslen, hareket et, mutlu yaşa!” sloganı ise kampanyanın genel sloganı olarak yer almakta ve filmin sonunda gösterilmektedir. Obezite çocuk ve Obezite yetişkin filmlerinde kullanılan negatif öğenin, hedef kitle üzerindeki etkisinin araştırılmasında yarar görülmektedir. Bu yaklaşımın, tüketiciyi harekete geçirmedeki etkisi ölçülmelidir.

Obezite ile Mücadele Hareketi Başlıyor!: Türkiye’nin farklı bölgelerinden insanların yürüdükleri ve koştukları kareler, coşkulu bir müzik eşliğinde gösterilmektedir. Özellikle herkesi birleştirici ve pozitif tınılı bir müziğin (kasap havasının yeniden düzenlenmiş şekli) seçilmesi

coşku ve heyecan duygularının ön planda olduğunu göstermektedir. Obezite mücadele hareketi kampanyasında hazırlanan en coşkulu ve eğlenceli kamu spotu olarak görülmektedir. Pozitif yaklaşımlı bir filmidir. İnsanları mutluluk, heyecan, coşku, samimiyet gibi duygular etrafında toplayarak kampanyanın iki ana mesajı olan sağlıklı beslenme ve fiziksel aktivite mesajları coşkulu bir şekilde verilmektedir. Ana slogan “ *Obezite ile mücadele başlıyor!*” şeklinde belirlenmiş olup, reklam metni aşağıdaki şekildedir:

“Kötü beslenme ve hareketsiz yaşam, çağımızın en büyük tehlikesi obeziteye yol açıyor. Sağlık Bakanlığı obezite ile mücadele başlatıyor ve sizi günde en az 30 dakika yürümeye, koşmaya ve hareket etmeye çağırıyor. Haydi, kalk, obeziteye karşı sen de hareket et!”

Kampanyanın en güçlü kamu spotlarından biri olan “*Obezite mücadele hareketi başlıyor!*” filmi, sadece eğlenceli, coşkulu, samimi mesajlar değil, yukarıdaki reklam metninde de görüldüğü üzere bilgilendirici ve davranışa yönelik mesajlar da içermektedir. Hedef kitleye sıkmadan, net ve sade bir dil kullanılarak ulaşılmaya çalışılan filmde hedef kitlenin motivasyonun yükseleceği düşünülmektedir. Aynı zamanda bu kamu spotu ile obezite ve obezite ile mücadele konusunda farkındalık sağlanmaktadır.

Vücut Kitle İndeksi: Vücut kitle indeksinin ne olduğu, nasıl hesaplandığı gibi konuların açıklandığı bilgilendirici reklam içeriği gösterilmektedir. Çizgi karakterler kullanılmış olup, vücut kitle indeksinin hesaplaması basit, sakın ve pozitif mesaj içerikleri ile açıklanmaktadır. Bu film ile farkındalık yaratılmak, sağlık okuryazarlığına katkı sağlamak ve toplumun bilinçlenmesine destek olmak amaçlanmaktadır. Kamu spotunun genelinde kırmızı renk kullanılmıştır. Dikkat çekici, enerji verici, iradeyi ve cesareti temsil eden, kan akışını hızlandırıcı, sağlık ile ilişkilendirilebilen, fiziksel hareketin rengi olarak nitelendirilen bir renk olması sebebi ile kırmızı rengin seçilmesinin uygun olduğu söylenebilir.

Demet’in Başarı Hikâyesi: Bu kamu spotunda referans grup ya da kanaat önderi yaklaşımlarından yararlanılmaktadır. Daha önce obez olan bir kişinin, normal kiloya dönmesi hikâyesinin anlatıldığı bir çalışmadır. 18 ayda 45 kg veren Demet Dedeoğlu, kendi deneyimini paylaşmaktadır. Obezite ile mücadele eden ya da koruyucu sağlık hizmetlerinden yararlanmak isteyen kişilere rol model olarak özdeşim sağlanması ve sonrasında davranış değişikliğinin gerçekleşmesi hedeflenmektedir. Öne çıkan mesajlar, yine sağlıklı beslenme ve aktiviteye dayalı yaşam olmakla beraber özellikle “porsiyonların küçültülmesi” mesajlarının yoğun olarak verildiği görülmektedir. Duygusal içerikte annelik, sosyal hayata katılmadan kaynaklı rahatlık, iradeli davranışın getirdiği mutluluk duyguları üzerinde durulmaktadır. Diğer kamu spotlarına oranla daha uzun bir süreyle kapsamakla beraber, deneyimin paylaşılması

sebebi ile hedef kitle tarafından dikkat çekici olarak nitelendirilebilir.

Yukarıda incelenen kamu spotları dışında radyo kamu spotları, çocuklar için geliştirilmiş olan *Gürbüz* karakterinin oluşturulduğu sağlıklı yaşam temalı çizgi filmler de kampanyanın diğer iletişim çalışmaları olarak değerlendirilmektedir.

Sonuç

Günümüzün en önemli trendlerinden biri olan sağlıklı yaşam tüm toplum açısından değeri gün geçtikçe daha fazla hissedilen bir alan haline gelmektedir. Endüstrileşme ile birlikte sağlığın tehdit altında bulunması, sağlıklı yaşam programlarının artmasına ve kişilerin sağlıklı yaşam tarzını benimseyerek, sağlıklı yaşam uygulama programlarına katılımına neden olmaktadır. Gerek kişisel gerekse toplumsal açıdan önemli bir noktaya gelen sağlıklı yaşam trendi, ekonomik açıdan yeni bir pazar oluşturarak stratejik açıdan gelişim göstermektedir.

Gelişen sağlık ve sağlıklı yaşam trendinin bir sonucu olarak ortaya çıkan sağlıklı yaşam pazarlaması, sağlıklı yaşamı tercih eden, sağlığını geliştirmeye çalışan tüm kişileri hedeflemektedir. Bu ise sağlıklı yaşam pazarlamasının, kurum, kuruluş, devletler gibi mikro ve makro boyutlarda uygulanmasını olanaklı kılmaktadır. Bu gerekçeler ışında çalışmanın amacını kamu spotlarının, sağlıklı yaşam pazarlaması açısından değerlendirilmesi oluşturmaktadır. Kamu spotları, toplumun yararına yönelik olarak geliştirilen, kitle iletişim araçları ile hedef kitesine ulaşmaya çalışan çeşitli görseller, filmler vb. olarak açıklanabilir. Bu çalışmada Sağlık Bakanlığı”nın “Obezite Mücadele Hareketi” kampanyası sağlıklı yaşam pazarlaması açısından incelenmektedir.

Yapılan araştırma sonuçlarına göre sağlıklı yaşam pazarlamasında hedef kitlenin belirli bir hastalığın tedavisinden ziyade sağlıklı yaşamı ve sağlığını geliştirmeyi tercih eden kişilerden oluştuğu görülmektedir. Bununla birlikte sağlıklı yaşam pazarlamasının; beslenme ürünleri ve hizmetleri, yiyecek ve içecekler, fitness ürünleri ve hizmetleri, önleyici sağlık bakımı, isteğe bağlı sağlık hizmetleri, alternatif sağlık bakımı, sağlıkla ilgili kaynaklar (özellikle medya ve bilgi sektöründe), sağlık turizmi ve sağlık sigortası olmak üzere farklı kategorilerde ürünlerinin olduğunu ve buna bağlı olarak ayrı alt sektörlerin geliştiği görülmektedir. Aynı zamanda sağlıklı ürünlere erişimin kolaylaşabilmesi, dağıtım kanal yapısının hedef kitleye göre organize edilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmakta olup, fiyatların erişebilir düzeyde olması ihtiyacı vurgulamaktadır. Bu durum ise genellikle makro politikalar olarak belirlenmekte olup, bazı Avrupa ülkelerinde sağlıksız gıdalara getirilen ek vergilendirme uygulamaları olduğu görülmektedir.

Tutundurma çalışmalarının ise bütünleşik pazarlama iletişimi kapsamında geliştirilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada sağlıklı yaşam pazarlaması açısından Sağlık Bakanlığı “Obezite ile Mücadele Hareketi Kampanyası” incelenmiştir. Sağlık Bakanlığı’nın obezite ile ilgili yayınlamış olduğu beş adet kamu spotu, örnek olay analizine göre analiz edilmiştir. Araştırmanın iki temel hedef kitlesi bulunmaktadır: Yetişkinler ve çocuklar. Kampanyanın konumlandırma konsepti, sağlıklı beslenme ve harekete dayalı yaşam tarzları üzerine kurgulanmıştır. “Obezite Mücadele Hareketi Kampanyası’nda sağlıklı yaşam pazarlaması açısından dört ürün sınıflaması söz konusudur: (i) beslenme ürünleri ve hizmetleri; (ii) yiyecek ve içecekler; (iii) fitness ürünleri ve hizmetleri; (iv) önleyici sağlık bakımı. Sağlık Bakanlığı’nın yürütmüş olduğu bu kampanya belirtilen ürün kategorilerinin her biri ile ilgili olup, toplumsal sağlığın geliştirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Bununla birlikte sağlıklı yaşam pazarlamasında pazarlamanın bütünleşik olarak ele alınarak fiyat ve dağıtım kanallarının da hedef kitlenin erişimine olanak sağlayacak nitelikte olması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. İncelenen kampanya dâhilinde fiyat ve dağıtım kanalı yapısının hedef kitle açısından erişilebilirliğinin olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle hareketli yaşamın özendirilmesi ve uygulanabilmesi amaçlı olarak parklar gibi açık hava mekânlarına yerleştirilen spor aletleri ve bunlara erişimin ücretsiz olması bu anlamda önemli bir uygulama olarak görülmektedir. Bununla birlikte bazı Avrupa ülkelerinde obezite ile mücadelede sağlığı tehdit eden gıdalara getirilen ek vergi uygulamaları da araştırmada görülen bir diğer sonuç olmakla birlikte Türkiye’de alkollü içecekler ve tütün ürünlerine ek vergi uygulaması bulunmakla beraber obeziteye yol açan gıdalar üzerinde bir vergilendirme çalışmasına bu araştırma kapsamında rastlanılmamıştır.

Bunun dışında araştırma kapsamında incelenen beş adet kamu spotlarından **Obezite Mücadele Hareketi Başlıyor!** kamu spotunun, kampanyanın temelini oluşturduğu anlaşılmaktadır. Pozitif yaklaşıma dayanan film, tüm Türkiye’yi hedeflemekte ve korku öğelerinden çok, heyecan, mutluluk, huzur, sağlık gibi kavramların ve duyguların yer aldığı görülmektedir. Bu kamu spotunun hedef kitlede farkındalık oluşturmak, harekete geçmesi ve motivasyonu için önemli bir çalışma olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle kullanılan müziğin tüm Türkiye’yi bütünleştirici özelliğinin olması bu kampanya için doğru yapılmış olan tercihlerden biri olarak değerlendirilmektedir.

Bunun dışında yayınlanan **obezite-çocuk** ve **obezite-yetişkin** spotlarında korku, mutsuzluk, huzursuzluk gibi duygular ön plana çıkmakta ve bu şekilde davranış değişikliği sağlanmaya çalışılmaktadır. Bu duyguların kampanyada kullanımının, farkındalık oluşturmak için yeterli olsa da davranış değişikliği için yeterli olup olmadığının tartışılması gerekmektedir.

Vücut kitle indeksi filminin, bilgilendirici reklam çalışmaları niteliğinde olduğu görülmektedir. Burada obezite için farkındalık yaratılması ve sağlıklı yaşam biçimine yönelik bilgilendirici çalışmaların olması önemli olarak değerlendirilmektedir. Reklam filminde kırmızı rengin kullanılması ise, heyecan, kan akış hızı ve fiziksel hareketi temsil eden bir çalışma olduğu düşünülmektedir.

Bunun dışında **Demet’in başarı hikâyesi** konulu kamu spotunda bir deneyimin paylaşımı söz konusu olup, annelik, sosyal hayata katılmadan kaynaklı rahatlık, iradeli davranışın getirdiği mutluluk duyguları ön plana çıkmaktadır. Bu film, toplumda rol model oluşturulup, özdeşim kurulabilme olanağı açısından önemli olarak değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak, Obezite ile mücadele hareketi kapsamında geliştirilen kamu spotlarından **Obezite Mücadele Hareketi Başlıyor!** spotunun kampanyanın temelini oluşturduğu, pozitif öğeler taşıdığı, bütünleştirici bir yaklaşım izlediği için başarılı olduğunu söylemek mümkündür. Diğer kamu spotları, bilgilendirici ve harekete dönüştürücü nitelikte olup, Obezite mücadele hareketi kampanyasının amacı doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Ancak günümüzde de obezite ile mücadelenin sürdürülebilirliğinin sağlanması ihtiyacı devam etmektedir. Kampanyanın, iletişimde süreklilik ilkesine uygun olarak devam etmesinde yarar görülmektedir. Özellikle kampanya sonrasında obezite oranlarında değişiklik olup olmadığının, hedef kitle üzerinde istenilen etkiye ulaşıp ulaşılamadığının araştırılmasında yarar bulunmaktadır. Sağlıklı yaşam pazarlaması ile kamu spotlarının algılanması, izlenmesi gibi değişkenlerin araştırılması gelecek araştırmalar için önerilmektedir.

Kaynaklar

- Allen, J., O’Toole, W., McDonnell, I. ve Harris, R. (2002). Festival and Special Event Management. Queensland, Australia: John Wiley & Sons.
- Alabadi, H. F., Sultan, Y. H., & Alkaseer, N. A. (2019). Integration of strategic wellness and sustainable marketing to achieve competitive advantage in the Tourism Industry: An empirical study in a sample of Iraqi tourism agencies. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, 8(5), 1-12.
- Ali, T., & Alam, A. (2017). Understanding Competition across Retail Distribution Channels of Health and Wellness Food Products in India. Journal of Asia-Pacific Business, 18(2), 117-130.
- Bator, R. J., & Cialdini, R. B. (2000). The application of persuasion theory to the development of effective proenvironmental public service announcements. Journal of Social Issues, 56, 527-541.
- Bilgen, E. (2017). Kompulsif Satın Alma Davranışı. Beta Yayınevi
- BİLGÜÇ, B. (2016). Türkiye’de kamu spotu oluşum süreci ve yayın politikaları. İletişim Çalışmaları Dergisi, 2(1), 25-61.

- Bozkurt, F. (2015). Sağlıklı yaşam ve pazarlama. İstanbul: Beta Yayınları.
- ÇALIK, A., & KAPUCU, S. (2017). Diyabetli Hastalarda Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışlarını Geliştirme: Pender'in Sağlığı Geliştirme Modeli. *Journal of Hacettepe University Faculty of Nursing*, 4(2), 62-75.
- Dalton, A. G. & Logomarsino, J. V. (2014). The relationship between dietary intake and the six dimensions of wellness in older adults. *International Journal of Wellbeing*, 4(2), 97-112.
- Dünya Sağlık Örgütü (2014), Avrupa Gıda ve beslenme Eylem Planı 2015-2020, <https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Yayinlar/kitaplar/diger-kitaplar/dunya-saglik-orgutu/Avrupa-Gıda-ve-Beslenme-Eylem-Planı-2015-2020.pdf>, Erişim Tarihi: 02.02.2018
- Göçmen, T. L., & Ayvaz, S.(2017), Kamu Spotlarının Göstergibilimsel Yöntemle Çözümlemesi: Sağlık Bakanlığı Örneği, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi, Nisan, Cilt.25, Sayı.2, 112-128.
- Kickbusch, I., & Payne, L. (2003). Twenty-first century health promotion: the public health revolution meets the wellness revolution.
- Lorch, E. P., Palmgreen, P., Donohew, L., Helm, D., Baer, S. A., & Dsilva, M. U. (1994). Program context, sensation seeking, and attention to televised anti-drug public service announcements. *Human Communication Research*, 20(3), 390-412.
- Murrow, J. L., & Welch, J. (1997). Improving marketing strategies for wellness. *Marketing health services*, 17(2), 30.
- Network of the National Library of Medicine, 2016, <https://nmlm.gov/mcr/funding/funded/5939> , Erişim Tarihi: 10.03.2019.
- Prilleltensky, I. (2008). The role of power in wellness, oppression, and liberation: The promise of psychopolitical validity. *Journal of community psychology*, 36(2), 116-136.
- RTÜK kamu spotları yönergesi, <https://www.rtuk.gov.tr/spot-filmler/3717/3985/kamu-spotlari-yonergesi.html>, Erişim Tarihi: 08.07.2018.
- Schiavo, R. (2013). Health communication: From theory to practice (Vol. 217). John Wiley & Sons.
- Sevinç, S. (2016). Miyokart İnfarktüsü Geçirmiş Bireylerde Yaşam Şekli Değişikliği: Pender'in Sağlığı Geliştirme Modeli. *Journal of Cardiovascular Nursing*, 7(14), 147-152.
- Suresh, S., & Ravichandran, S. (2010). Using lifestyle analysis to develop wellness marketing strategies for IT professionals in India. *Health Marketing Quarterly*, 27(1), 1-20.
- Şeker, M , Tiryaki, S , Advertising, P . (2016). Sigara ile İlgili Kamu Spotlarında Moral Panik Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi* , (33) , 223-241 .
- T.C. Sağlık Bakanlığı, Obezite Mücadele Hareketi Kampanyası, 2019, Erişim Tarihi: 02.03.2019.
- T.C. Sağlık Bakanlığı, Obezite Nedir? 2019, <https://hsgm.saglik.gov.tr/tr/obezite/obezite-nedir.html>, Erişim Tarihi: 18.05.2019
- T.C. Sağlık Bakanlığı, Türkiye Halk Sağlığı Kurumu, 2013, Birinci Basamak Hekimler İçin Obezite İle Mücadele İçin El Kitabı, Ankara.
- T.C. Sağlık Bakanlığı, Türkiye'de Obezitenin Görülme Sıklığı, 2019, Erişim Tarihi: 02.02.2019.
- Uydacı, M. (2017). Yeşil pazarlama: iş ahlakı ve çevresellik açısından yaklaşımlar. *Türkmen Kitabevi*.
- Uzunal, B., & Uydacı, M. (2010). Sağlık kurumlarında ağızdan ağıza pazarlama ve bir pilot çalışma.Marmara ÜniversitesiSBE Öneri Dergisi, C.9, S.34, Temmuz, 87-95.
- Walther, J. B., DeAndrea, D., Kim, J., & Anthony, J. C. (2010). The influence of online comments on perceptions of antimarijuana public service announcements on YouTube. *Human communication research*, 36(4), 469-492.
- Wells, W. D., & Tigert, D. J. (1971). Activities, interests and opinions. *Journal of Advertising Research*, 11(4), 27-35.
- WHO, Defination of Health, <https://www.who.int/about/who-we-are/frequently-asked-questions>, Erişim Tarihi: 10.02.2019
- WHO, Obesity, 2019, [https://www.who.int/topics/obesity/en/#:~:text=Overweight%20and%20obesity%20are%20defined,her%20height%20\(in%20metres\)](https://www.who.int/topics/obesity/en/#:~:text=Overweight%20and%20obesity%20are%20defined,her%20height%20(in%20metres).). Erişim Tarihi: 01.03.2019
- YAMAN, F. GÖÇKAN İ. (2015) "Kamu Spotu Reklamlarının Sigara Kullanıcıları Üzerindeki Etkisi: Afyonkarahisar İlinde Bir Uygulama" *KAÜ İİBF Dergisi*, 6(11), 53-66.