Sporda Yeni Nesil Yaklaşımlar-2

Editör: Doç. Dr. Ender Ali Uluç

ÖZGÜR YAYINLARI

Sporda Yeni Nesil Yaklaşımlar-2

Editör:

Doç. Dr. Ender Ali Uluç

ÖZGÜR YAYINLARI

Published by
Özgür Yayın-Dağıtım Co. Ltd.
Certificate Number: 45503

15 Temmuz Mah. 148136. Sk. No: 9 Şehitkamil/Gaziantep
+90.850 260 09 97
+90.532 289 82 15
www.ozguryayınlari.com
info@ozguryayinlari.com

Sporda Yeni Nesil Yaklaşımlar-2

Editör: Doç. Dr. Ender Ali Uluç

Language: Turkish
Publication Date: 2026
Cover design by Mehmet Çakır
Cover design and image licensed under CC BY-NC 4.0
Print and digital versions typeset by Çizgi Medya Co. Ltd.

ISBN (PDF): 978-625-8813-41-8

DOI: https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1371

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/ This license allows for copying any part of the work for personal use, not commercial use, providing author attribution is clearly stated.

Suggested citation:
Uluç, E. A. (ed) (2026). *Sporda Yeni Nesil Yaklaşımlar-2.* Özgür Publications.
DOI: https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1371. License: CC-BY-NC 4.0

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

ÖZGÜR YAYINLARI

İçindekiler

Bölüm 1

Takım Sporlarında Sporda Başarı Motivasyonu Açısından Antrenör Desteği 1
Fuat Orkun Tapşın
Faik Orhun Tapşın

Bölüm 2

Kampüs Rekreasyonunun Faydaları 21
Faik Orhun Tapşın
Fuat Orkun Tapşın

Bölüm 3

Spor Kulüplerinde Dijital İtibar Yönetimi ve Kriz İletişimi Stratejileri 43
Cahit Akkaya

Bölüm 4

Instagram Çağında Spor Turizmi: Görsel Tüketim ve Deneyim Arayışının Dönüşümü 55
Günseli Duman

Bölüm 5

Hareket Eden Beden mi, Sergilenen Beden mi? Kadınlarda Spor, Beden Algısı ve Algoritmik Güzellik Kültürü 67
Tuğba Tezer
Numan Bahadır Kayışoğlu

Bölüm 6

Takım Sporlarında Sosyal Destek Unsurlarının Sportif Performansa Etkisi 97
Ferhat Aktaş

Bölüm 1

Takım Sporlarında Sporda Başarı Motivasyonu Açısından Antrenör Desteği

Fuat Orkun Tapşın[1]

Faik Orhun Tapşın[2]

Özet

Takım sporlarında başarı motivasyonu, sporcuların belirlenen hedeflere ulaşmak için gösterdikleri çaba, kararlılık ve performans isteğini ifade eden önemli bir psikolojik kavramdır. Başarı motivasyonunun gelişiminde bireysel özelliklerin yanı sıra çevresel faktörler de etkili olmaktadır. Bu çevresel faktörler arasında antrenör desteği, sporcuların motivasyon düzeylerini etkileyen temel unsurlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Antrenörler yalnızca teknik ve taktik bilgi aktaran kişiler değil, aynı zamanda sporcuların gelişim süreçlerini yönlendiren, onları destekleyen ve performanslarını artırmalarına yardımcı olan önemli rehberlerdir. Takım sporlarında antrenör desteği; iletişim, geri bildirim, teşvik, güven oluşturma ve sporcuların ihtiyaçlarını anlama gibi çeşitli boyutları kapsamaktadır. Sporcuların antrenörlerinden aldıkları olumlu destek, kendilerine olan güvenlerini artırabilmekte, takım içerisindeki uyumlarını güçlendirebilmekte ve başarıya yönelik çabalarını sürdürebilmelerine katkı sağlayabilmektedir. Bunun yanında antrenörlerin adil, tutarlı ve destekleyici bir yaklaşım sergilemeleri, sporcuların spora yönelik olumlu tutum geliştirmelerinde önemli rol oynamaktadır. Özellikle takım sporlarında bireylerin ortak hedefler doğrultusunda hareket etmeleri ve iş birliği içerisinde performans göstermeleri açısından antrenör desteği büyük önem taşımaktadır. Bu bölümde takım sporlarında başarı motivasyonu açısından antrenör desteğinin önemi ele alınmıştır. Antrenör desteğinin sporcuların motivasyonları, performansları ve takım içindeki uyumları üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir. Antrenör desteğinin, takım sporlarında başarı motivasyonunun geliştirilmesinde ve sürdürülebilir sportif başarının sağlanmasında önemli bir unsur olduğu vurgulanmıştır.

1 Doktor, Kocaeli Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Spor Bilimleri, fuat_orkun@hotmail.com, ORCID 0000-0001-6374-534X

2 Dr. Öğretim Üyesi, Dicle Üniversitesi, Spor Yöneticiliği Bölümü, faik.tapsin@dicle.edu.tr, ORCID 0000-0002-7099-6929

https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1371.c5560

1. GİRİŞ

Takım sporları, bireylerin ortak bir amaç doğrultusunda birlikte hareket ettikleri, iş birliği ve koordinasyon gerektiren sportif faaliyetlerdir. Futbol, basketbol, voleybol, hentbol ve hokey gibi takım sporlarında başarı yalnızca bireysel performansa bağlı değildir. Takım üyeleri arasındaki iletişim, dayanışma, takım ruhu, psikolojik uyum ve motivasyon gibi unsurlar da sportif başarı üzerinde önemli etkilere sahiptir (Choudhury ve Das, 2024). Bu nedenle takım sporları, fiziksel performansın yanında psikolojik ve sosyal süreçlerin de yoğun olarak yaşandığı bir alan olarak değerlendirilmektedir (Zuckerman ve ark., 2021). Sporcuların takım içerisinde ortak hedef doğrultusunda hareket edebilmesi, yüksek performans gösterebilmesi ve başarıya ulaşabilmesi için motivasyon düzeylerinin güçlü olması gerekmektedir (Deniz ve Cihan, 2025).

Motivasyon kavramı genel anlamda bireyi belirli bir davranışa yönelten, davranışın devamlılığını sağlayan ve bireyi hedefe ulaştırmaya yardımcı olan içsel ya da dışsal güçler olarak ifade edilmektedir (Önen ve Kanayran, 2015). Spor ortamında ise motivasyon, sporcuların antrenmanlara katılımını, performanslarını geliştirme isteklerini, mücadele düzeylerini ve sportif başarıya ulaşma arzularını etkileyen önemli bir unsurdur. Özellikle başarı motivasyonu, sporcuların belirledikleri hedeflere ulaşmak için gösterdikleri çaba, kararlılık ve başarılı olma isteği ile ilişkilendirilmektedir (Yanar ve ark., 2017).

Takım sporlarında başarı motivasyonu yalnızca bireysel hedeflerle sınırlı değildir. Sporcular aynı zamanda takımın ortak başarısı için de çaba göstermektedirler. Sporcuların takım arkadaşlarıyla kurdukları ilişkiler, takım içerisindeki sosyal ortam ve özellikle antrenör desteği, başarı motivasyonu üzerinde etkili olabilmektedir. Takım içerisinde olumlu bir atmosferin oluşması, sporcuların kendilerini takımın önemli bir parçası olarak hissetmeleri ve ortak hedeflere yönelmeleri açısından önem taşımaktadır.

Takım sporlarında motivasyonu etkileyen en önemli unsurlardan biri antrenör desteğidir. Antrenörler, sporcuların yalnızca fiziksel performanslarını geliştiren kişiler değil, aynı zamanda onların psikolojik gelişimlerini destekleyen, takım içi iletişimi yöneten ve sporcuların motivasyon düzeylerini artırmaya çalışan liderlerdir. Sporcular ile antrenörler arasında kurulan olumlu ilişki, sporcuların kendilerine olan güvenlerini artırabilmekte ve sportif performanslarını olumlu yönde etkileyebilmektedir (Atasever, 2023). Özellikle destekleyici, anlayışlı ve yapıcı iletişim kurabilen antrenörlerin sporcular üzerinde daha olumlu etkiler oluşturduğu belirtilmiştir (Ulukan, 2012)

Antrenörlerin sporculara karşı sergiledikleri olumlu tutumlar, sporcuların antrenman süreçlerine daha istekli katılmalarına ve takım hedeflerine daha

güçlü şekilde bağlanmalarına katkı sağlayabilmektedir (Olympiou ve ark., 2008; Vella ve ark., 2013). Buna karşılık aşırı baskıcı, olumsuz ve cezalandırıcı antrenör yaklaşımlarının sporcuların motivasyon düzeylerinde düşüşe neden olabileceği ifade edilmektedir (Baker ve ark., 2000).

Takım sporlarında etkili iletişim ve güven ortamı, başarı motivasyonunun sürdürülebilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Antrenörlerin takım ruhunu geliştirmeye yönelik uygulamaları, sporcular arasındaki sosyal ilişkilerin güçlenmesine ve takım bütünlüğünün artmasına katkı sağlayabilir; bu durum ise hem bireysel performansı hem de takım başarısını olumlu yönde etkileyebilir.

1.1. Antrenörlük Kavramı

Antrenör, üst düzey performans için gerekli antrenman ve hazırlık bilimlerine ilişkin yeterli eğitim ve donanıma sahip; sporcuların fiziksel ve ruhsal sağlığını destekleyen, beden eğitimi ve spor etkinliklerinde bireyleri yönlendirebilecek bilgi, beceri ve aynı zamanda sosyal-psikolojik yeterliliklere sahip olan profesyonel bir eğitici ve uygulayıcıdır. Antrenörler, sporcularla sürekli etkileşim halinde bulunan, onları fiziksel ve duygusal açıdan tanıyan, ihtiyaçlarını analiz ederek karşılamaya çalışan ve performans süreçlerini yöneten kişiler olarak görev yaparlar. Bu bağlamda antrenör; ister genel ister belirli bir spor branşında olsun, antrenman süreçlerini planlayan ve sahada uygulayan, sporcunun teknik, taktik, fiziksel kondisyon, psikolojik, sosyal ve zihinsel gelişimini sistemli bir şekilde destekleyerek onu hedeflenen performans düzeyine ulaştırmayı amaçlayan uzman bir kişidir.

Antrenör, sporcu açısından bir rol model işlevi görebilmekte ve sporcunun günlük yaşamını etkileyen önemli kişiler arasında yer alabilmektedir (Soyer ve ark., 2014). Başka bir tanıma göre ise antrenör; sporcuların bireysel beklentilerine karşılık vermeye hazır olan, antrenörlük yeterliklerini sürekli olarak geliştiren, kendi davranışlarının sporcular üzerindeki etkisinin bilincinde olan ve bu bilinç doğrultusunda sporcuların performansını olumlu yönde değiştirebilecek bir etkiye sahip olduğunu kabul eden kişidir (Anshel, 2003).

1.1.1. Antrenörlerin Görevleri

Başarılı bir antrenör, sahip olduğu yetki ve sorumluluklar çerçevesinde çeşitli görevler üstlenmelidir. Bu görevler genel olarak şu şekilde özetlenebilir:

Antrenör, sporcuların yalnızca fiziksel performanslarını değil; aynı zamanda fizyolojik, psikolojik ve sosyal gelişimlerini de destekleyen önemli bir role sahiptir. Uygulanan antrenman programlarının spor branşının özellikleri ve ihtiyaçları doğrultusunda planlanmasına özen göstermelidir. Bununla birlikte, sporcuların teknik yetkinliklerini artırmalarına ve mevcut becerilerini daha

üst seviyeye taşımalarına rehberlik etmelidir. Sporcuların zihinsel hazırlık süreçlerinde, spor ve egzersiz psikolojisi alanında uzman kişilerden destek almaları ve bu konuda sürekli olarak kendilerini geliştirmeleri önem taşımaktadır. Takımın performansını en üst seviyeye ulaştırmak amacıyla düzenli planlamalar yapılmalı, süreç belirli aralıklarla gerçekleştirilen ölçüm ve testler aracılığıyla takip edilerek değerlendirilmelidir.

Antrenörün temel görevlerinden biri, sporcuların fiziksel ve ruhsal sağlıklarını koruyarak gelişimlerine katkı sağlamaktır. Bu doğrultuda, mevcut imkânlar çerçevesinde uygun güvenlik uygulamalarını hayata geçirerek sakatlık riskini azaltmaya yönelik önlemler almalıdır. Bunun yanında, sporcuların antrenman süreçlerini daha bilinçli sürdürebilmeleri için fizyolojik ve psikolojik hazırlık, beslenme alışkanlıkları, dinlenme-toparlanma süreçleri ve antrenman planlaması gibi konularda bilgilendirici eğitimler sunmalıdır.

Antrenörler, sporcuların sürece bilinçli ve etkin biçimde katılım göstermelerini desteklemeli, aynı zamanda onların motivasyon düzeylerini ve kendilerine yönelik olumlu algılarını sürdürmelerine katkı sağlamalıdır. Etkili iletişim kurabilen antrenörler, gerekli durumlarda sporculara yol gösterici bir rol üstlenmeli; kendi uzmanlık alanlarının sınırlarının farkında olarak farklı disiplinlere saygı duymalı ve ihtiyaç halinde diğer uzmanlarla iş birliği içerisinde hareket etmelidir (Martens, 2012).

1.1.2. Antrenörlerde Aranan Nitelikler

Başarılı ve etkili bir antrenörde bulunması gereken birçok bireysel ve profesyonel özellik vardır. Bu özellikler genel hatlarıyla aşağıdaki biçimde ifade edilebilir:

- Yaptığı işi benimseyen, öz güven sahibi ve dengeli bir kişilik yapısı sergilemelidir.
- Güçlü bir karaktere sahip olmalı ve yüksek motivasyon düzeyini sürdürebilmelidir.
- Tutum ve davranışlarıyla sporcularına olumlu örnek olmalı, etik ilkelere uygun hareket etmelidir.
- Dikkatini koruyabilen, sağlıklı kararlar verebilen ve çevresine güven hissi aşılayan bir yapıda olmalıdır.
- Hatalarını yönetebilmeli, baskı ve kriz anlarında sakinliğini koruyabilmelidir.
- Gerektiğinde otoritesini hissettirebilmeli ancak bunu baskıcı olmadan, yapıcı bir anlayışla uygulamalıdır.

- İnsan ilişkilerinde başarılı, sosyal yönü kuvvetli ve empati kurabilen bir yapıya sahip olmalıdır.
- Sporcuların psikolojik durumlarını anlayabilen ve duygusal tepkilerini doğru değerlendirebilen bir rehber niteliği taşımalıdır.
- Liderlik becerileri gelişmiş olmalı, bireysel çıkarlar yerine takım anlayışını ön planda tutmalıdır.
- Ödül ve disiplin uygulamalarında adaletli, dengeli ve tutarlı davranmalıdır.
- Alanıyla ilgili bilgi birikimini sürekli güncellemeli, ulusal ve uluslararası gelişmeleri takip ederek kendini geliştirmeye devam etmelidir.
- Fiziksel açıdan sağlıklı ve dinamik olmalı; etkili iletişim kurabilen, kendini ifade etme becerisi yüksek bir yapıya sahip olmalıdır (Choi ve ark., 2005).

1.1.3. Antrenör Sporcu İlişkisi

İletişim, yalnızca bir bireyin başka bir birey üzerinde etki oluşturmasıyla sınırlı olmayıp, aynı zamanda karşılıklı etkileşime dayanan bir paylaşım süreci olarak da ifade edilebilir. Bu bağlamda iletişim, tek taraflı bir yapıdan ziyade her iki tarafın da sürece katılım gösterdiği çift yönlü bir etkileşim niteliği taşımaktadır. İnsan yaşamının birçok alanında önemli bir yere sahip olan iletişim, spor ortamında da etkili bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Özellikle antrenör ve sporcu arasında kurulan ilişkinin, sporcuların fiziksel gelişimlerinin yanı sıra psikososyal gelişimleri üzerinde de önemli etkileri bulunmaktadır (Jowett ve Cockerill, 2003).

Antrenör ve sporcu arasındaki iletişimde etkili ve olumlu bir ilişki kurulması, sporcuların motivasyon düzeyleri ile birlikte psikolojik, sosyal ve fiziksel performansları açısından kritik bir öneme sahiptir. Antrenör–sporcu etkileşimi, uzun vadeli sportif başarıların elde edilmesinde belirleyici unsurlardan biri olarak görülmektedir. Nitekim bu ilişkideki etkileşimin kalitesi arttıkça, sporcuların beceri gelişim düzeylerinin de yükseldiği ifade edilmektedir (Altıntaş ve ark., 2013). Buna karşılık, bu ilişkinin zayıf olması ya da olumsuz bir yönde ilerlemesi çeşitli problemleri beraberinde getirebilmektedir. Özellikle olumsuz iletişim ortamlarında, antrenörün agresif olarak algılanan iletişim biçimi; sporcu memnuniyetini, sportmenlik davranışlarını ve takımın başarı performansını olumsuz yönde etkilemektedir (Kassing ve Infante, 1999).

Antrenör–sporcu ilişkisinde iletişim, güven, saygı, açıklık, dürüstlük, motivasyon, bireysel farklılıklara uygun yaklaşım ve profesyonellik gibi temel unsurlar yeterli düzeyde sağlanamadığında, sağlıklı bir ilişki yapısından

bahsetmek güçleşmektedir (Büyükbasmacı, 2023). Bu çerçevede, antrenör ile sporcu arasındaki etkileşim karşılıklı bir sürece dayanmakta olup her iki taraf da ortak bir amaç doğrultusunda birlikte hareket etmektedir. Sporcu, antrenörünün sahip olduğu bilgi, deneyim ve uzmanlıktan en üst düzeyde faydalanmaya çalışırken; antrenör ise sporcunun performansını artırmak amacıyla kendi bilgi birikimi, deneyimi ve becerilerini etkili bir şekilde kullanmaya gayret etmektedir (Selağzı ve Çepikkurt, 2014).

Sporcuların yüksek düzeyde performans sergileyebilmeleri, antrenörleriyle geliştirdikleri ilişkinin sağlam ve sağlıklı bir yapıya sahip olmasına bağlıdır (Yıldız, 2011). Sporcu ve antrenör ilişkisi; bağlılık, tamamlayıcılık ve yakınlık alt boyutları ile açıklanmaktadır

- **Yakınlık**, antrenör–sporcu ilişkisinin duygusal niteliğini ortaya koyan bir boyut olarak ele alınmaktadır. Bu kavram, taraflar arasındaki karşılıklı beğeni, güven, saygı ve takdir düzeyini açıklamak amacıyla kullanılmaktadır (Jowett, 2008).
- **Bağlılık** ise antrenör ile sporcunun, herhangi bir çıkar beklentisi olmaksızın ilişkiyi sürdürme yönündeki istek ve kararlılıklarını ifade etmektedir (Adie ve Jowett, 2010).
- **Tamamlayıcılık** boyutu ise antrenör ve sporcu arasındaki iş birliği sürecini tanımlamaktadır. Bu boyut; her iki tarafın da başarıya ulaşma isteği, birbirlerine karşı dostça ve destekleyici bir tutum sergilemeleri ve sorumluluk alma davranışları gibi özelliklerle ortaya çıkmaktadır (Jowett ve Ntoumanis, 2004).

1.2. Takım Kavramı ve Takım Sporları

Takım kavramı en geniş anlamıyla, ortak bir hedef etrafında birleşen, birbirleriyle etkileşim halinde olan ve üyeleri arasında belirli ölçüde karşılıklı bağımlılık bulunan bireylerden oluşan bir topluluk şeklinde ifade edilebilir. Bu açıdan bakıldığında takım, sadece bireylerin aynı ortamı paylaşmasıyla sınırlı olmayan; bunun yanında görev paylaşımı, koordinasyon ve ortak sorumluluk anlayışı üzerine kurulu bir sosyal organizasyon yapısı olarak ele alınmaktadır. Spor alanında takım yapısı ise, bireysel yeteneklerin bütüncül bir sistem içinde bir araya getirilmesini ve grup içi ilişkilerin etkin biçimde yönetilmesini gerektiren, dinamik ve çok boyutlu bir süreç olarak değerlendirilmektedir (Ulukan, 2012).

1.2.1. Takım Sporlarının Özellikleri

Takım sporları, en az iki veya daha fazla sporcunun bir araya gelerek ortak bir amaç doğrultusunda gerçekleştirdiği sportif etkinlikler olarak tanımlanabilir. Bu tür spor dallarında esas hedef, bireylerin iş birliği ve uyum içerisinde hareket ederek belirlenen ortak hedefe ulaşmalarıdır. Takım içinde yer alan sporcular; karar verme süreçlerine birlikte katılır, sürekli iletişim halinde olur, ortak hedefler belirler ve ortaya çıkabilecek anlaşmazlıkları yöneterek kolektif bir başarı elde etmeye çalışırlar. Ayrıca sistemli bir stratejik planlama ve düzenli antrenman süreçleri sayesinde sporcuların hem fiziksel hem de zihinsel açıdan dayanıklılıklarının artırılması amaçlanmaktadır (Kabamba ve Bailey, 2011).

Voleybol, basketbol, futbol ve hentbol gibi branşlar takım sporları kapsamında değerlendirilebilecek örnekler arasında yer almaktadır. Bu spor türleri, yüksek düzeyde taktiksel ve stratejik düşünmeyi zorunlu kıldığından, sporcuların hem strateji geliştirme becerilerine hem de oyun içi taktiksel farkındalık düzeylerine sahip olmaları büyük önem taşımaktadır (Kat, 2009).

Takım sporlarına katılan bireylerde iletişim kurma ve sosyal uyum becerilerinin, bireysel sporlarla ilgilenen kişilere göre daha hızlı bir gelişim gösterebildiği söylenebilir. Bununla birlikte, takım üyeleri ortak bir amaç etrafında birleşerek strateji oluşturma sürecinde çeşitli önemli yetkinlikleri geliştirme fırsatı da elde ederler. Takım sporlarının sağladığı yararlar aşağıda sıralanmıştır:

- Bireyin kendine duyduğu güveni ve inanç düzeyini artırır.
- Kişiler arası iletişimi ve etkileşimi güçlendirerek sosyal ağların daha geniş bir yapıya ulaşmasına katkı sunar.
- Problemlere yönelik daha hızlı ve çözüm odaklı yaklaşımlar geliştirme becerisini destekler.
- Zamanın daha planlı, düzenli ve etkili bir biçimde kullanılmasını sağlar.
- Fiziksel sağlık üzerinde olumlu ve geliştirici etkiler ortaya çıkarır.
- Bireylerin liderlik özelliklerinin gelişmesine katkıda bulunur (Zuckerman ve ark., 2021; Brinkley ve ark., 2017).

Takım sporları, bireylerin birlikte hareket etmelerini teşvik eden, ekip bilincinin gelişmesine katkı sağlayan ve etkili iletişim becerilerinin kazanılmasına imkân tanıyan önemli bir spor alanı olarak görülebilir. Bu ortamda sporcular, takım içerisinde uyumlu bir şekilde çalışmayı öğrenirken ortak sorumlulukları üstlenme ve elde edilen başarıları paylaşma deneyimi yaşarlar. Bunun yanı sıra

başarısızlık durumlarında ise birbirlerine destek olma, dayanışma gösterme ve empati kurma gibi sosyal becerilerini geliştirme fırsatı bulurlar.

1.2.2. Takım Sporlarında Etkileşim

Takım sporlarının esas hedefi, ortak bir amaç doğrultusunda iş birliği içinde hareket edilmesidir. Bu doğrultuda sporcular, birbirleriyle etkili iletişim kurarak hedefler belirler, karar süreçlerine katılır ve oluşabilecek anlaşmazlıkları yöneterek uyumlu bir şekilde performans sergilerler. Süreç içerisinde hem fiziksel hem de zihinsel dayanıklılığın geliştirilebilmesi için sistemli bir planlama yapılması ve etkili bir hazırlık döneminin yürütülmesi büyük önem taşımaktadır (Kabamba ve Bailey, 2011).

Takım içi birliktelik, sosyolojik açıdan değerlendirildiğinde çoğunlukla "grup bütünlüğü" kavramıyla aynı anlamda kullanılmaktadır (Dorak ve Vurgun, 2006). Spor etkinlikleri ise bireylerin hem psikolojik hem de sosyal davranışlarında olumlu yönde değişimlerin oluşmasına ortam hazırlayarak, kişiler arası ilişkilerin güçlenmesine ve iletişim becerilerinin daha etkili şekilde gelişmesine katkı sunmaktadır (Şahin, 2012).

Takım sporlarında sporcuların uyum içerisinde hareket etmesi, birbirleriyle koordinasyon kurması ve ortak bir takım anlayışı geliştirmesi temel bir zorunluluk olarak öne çıkar. Oyuncuların belirlenen hedefe ulaşabilmesi için birlikte hareket etmeleri, stratejik karar süreçlerine ortak olmaları ve iş birliği içinde çalışmaları gerekir. Bu etkileşim süreci, sosyal iletişimi güçlendirirken aynı zamanda liderlik, etkili iletişim kurma ve ekip halinde çalışma gibi önemli becerilerin gelişimine de katkı sunar.

Takım halinde yapılan spor faaliyetleri farklı branşları kapsamakla birlikte, olimpik organizasyonlarda en yüksek sporcu ve katılımcı sayısına sahip olan temel takım sporları arasında basketbol, futbol, voleybol, hentbol, ragbi ve hokey yer almaktadır. Bu spor dallarında çoğunlukla stratejik ve taktiksel uygulamalar ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle sporculardan, antrenörün belirlediği oyun planına ve takım stratejilerine uygun hareket etmeleri beklenmektedir. Takım sporlarında ortaya çıkan başarı veya başarısızlık yalnızca bireysel performansla ilişkilendirilmemekte, tüm takım üyelerinin ortak sorumluluğu olarak değerlendirilmektedir (Seydioğlu ve ark., 2023).

Takım sporlarında başarıya ulaşabilmek için sporcular arasındaki uyum, ortak hareket etme becerisi, takım üyelerinin bireysel özelliklerini tanıma ve müsabaka esnasında ortaya koyabilecekleri davranışları önceden tahmin edebilme önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Bu süreçte sporcu ve antrenörlerin bilgiye ulaşma biçimleri, elde edilen bilgiyi hangi zamanda ve

ne şekilde değerlendirdikleri ile bu durumun karar verme süreçlerine olan etkisi belirleyici bir öneme sahiptir (Bayarslan ve ark., 2023).

1.2.3. Takım Performansını Etkileyen Psikososyal Faktörler

Takım performansını değerlendirmede yalnızca fiziksel kapasite ve teknik becerilerin ele alınması çoğu zaman yeterli görülmeyebilir. Özellikle takım sporlarında, performans üzerinde sporcuların psikolojik özellikleri ile ekip içindeki sosyal etkileşimlerin de belirleyici rol oynayabildiği ifade edilebilir. Bu bağlamda psikososyal faktörler, takımın etkin şekilde işleyişini ve sürdürülebilir başarısını etkileyen temel unsurlar arasında değerlendirilmektedir (Weinberg ve Gould, 2019).

Psikososyal faktörler; motivasyon, algı ve duygular gibi bireysel düzeydeki psikolojik süreçler ile kişiler arası sosyal etkileşimlerin bir araya gelmesiyle oluşmakta ve spor takımlarında sporcuların performansa yönelik davranışlarını, takım içi ilişkilerini ve ortak amaçlara bağlılık düzeylerini etkileyebilmektedir (Ergün ve Eyisoy, 2018). Bu doğrultuda, takım performansının değerlendirilmesinde psikososyal süreçlerin yalnızca bireysel katkılar açısından değil, aynı zamanda grup dinamiği düzeyinde de bütüncül bir yaklaşımla ele alınması gerekmektedir.

Takım başarısını belirleyen önemli psikososyal değişkenlerden biri takım bütünlüğüdür. Takım bütünlüğü, takım üyelerinin birlik duygusunu koruyarak ortak amaçlar doğrultusunda uyumlu ve etkili bir şekilde çalışma eğilimlerini ifade eden dinamik bir yapı olarak ele alınmaktadır (Ergün ve Eyisoy, 2018).

Etkili iletişim, takım üyeleri arasındaki bilgi paylaşımını artırarak görev ve sorumlulukların daha açık bir şekilde anlaşılmasını sağlamakta ve ortaya çıkabilecek çatışmaların önlenmesine katkı sunmaktadır. Açık, zamanında ve çift yönlü iletişim süreçleri, takımın hareketlerini daha iyi eşgüdümlemesine imkân tanıyarak performans sonuçları üzerinde olumlu bir etki oluşturmaktadır (Sullivan ve Feltz, 2003).

1.3. Başarı Motivasyonu Kavramı

Başarı motivasyonu, bireyin belirlenmiş bir hedefe ulaşmak için belirli bir çaba sarf etmesini ve bu hedefe başarılı bir şekilde ulaşma isteğini ifade eder. Aynı zamanda, kişinin belirli bir yeterlik düzeyine uygun biçimde zihinsel ya da fiziksel bir etkinliğe yönelme ve verilen bir görevi başarıyla tamamlama eğilimi olarak da tanımlanabilir (Gürşimşek, 2002). Başarma isteği yüksek olan bireyler, yaptıkları işe daha fazla dikkat gösterir ve bu işi diğer bireylere kıyasla daha iyi gerçekleştirmek için daha yoğun bir çaba ortaya koyarlar. Yapılan araştırmalar da yüksek başarı güdüsüne sahip bireylerin, düşük motivasyona

sahip bireylere göre daha yüksek düzeyde başarı elde ettiğini göstermektedir (Cüceloğlu, 1998).

Başarı motivasyonu, bireyin bir görevde başarılı olabilmek için çaba göstermesi, başarısızlıkla karşılaşsa bile pes etmeden devam etmesi ve elde edeceği başarıdan kaynaklanan tatmin ve gurura yönelmesi olarak da açıklanmaktadır (Weinberg ve Gould, 2019). Ayrıca başarı motivasyonu, bir işi yetkin bir şekilde gerçekleştirme, en iyi performansı ortaya koyma, karşılaşılan engelleri aşma ve aynı görevi diğer bireylere kıyasla daha etkili ve üstün biçimde yapma eğilimi olarak da ele alınmaktadır (Lawrence, 1996).

Spor ortamında rekabet düzeyinin ve yoğun mücadelenin, başarı motivasyonundan etkilendiği ve aynı zamanda bu motivasyonun bir sonucu olarak ortaya çıktığı ifade edilmektedir (Özgün ve ark., 2017). Başarı motivasyonu her ne kadar bireyin içsel bir eğilimi olarak değerlendirilse de, çevresel faktörler ve dışsal uyaranlar da bu süreci önemli ölçüde şekillendirebilmektedir (Aydoğdu ve ark., 2017).

1.3.1. Sporda Başarı Motivasyonu

Sporda başarı motivasyonu, sporcuların belirledikleri amaçlara ulaşma arzularını destekleyen ve performanslarını artırmaya yönlendiren bir itici güç olarak tanımlanabilir. Bu motivasyon, sporcuların antrenman süreçlerine devam etmelerini, kendilerini geliştirmelerini, karşılaştıkları güçlüklerle mücadele etmelerini ve rekabet ortamına uyum sağlamalarını kolaylaştırır. Sporcuların hem bireysel hem de takım düzeyinde ulaşmak istedikleri net hedefler belirlemeleri önemlidir. Belirlenen bu hedefler, sporcuların motivasyon düzeyinin sürekliliğini sağlayarak onların çaba ve kararlılığını canlı tutar (Beşiktaş ve Terekli, 2023).

Sporda başarı motivasyonu, sporcuların geleceğe yönelik beklenti ve umutlarının güçlenmesiyle birlikte daha belirgin hale gelmektedir. Bir görevin başarıyla tamamlanmasının ardından yaşanan tatmin ve haz duygusu, sporcuların ileride ulaşmak istedikleri başarılar için yeni amaçlar ve hedefler oluşturmalarına zemin hazırlar. Sporda ortaya çıkan bu istek ve yönelimler, başarı güdüsü ya da başarı motivasyonu olarak tanımlanabilir. Bununla birlikte her sporcunun yüksek düzeyde başarı motivasyonuna sahip olduğunu söylemek mümkün değildir. Benzer zihinsel kapasite ve becerilere sahip, aynı sosyal çevrede yetişen sporcular arasında bile başarı motivasyonu açısından farklılıklar görülebilmektedir. Ayrıca sporcuların beklentileri ile karşılaştıkları durumlar arasındaki uyumsuzlukların fazla olması da başarı motivasyon düzeylerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Aktaş ve ark., 2006).

Sporcuların başarı motivasyonunda sosyal çevrenin etkisi oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Başarıyı amaçlayan sporcular, davranışlarını çoğu zaman belirli toplumsal norm ve değerlere göre şekillendirirler. Bu noktada başarı motivasyonunu ortaya çıkaran temel unsurlardan biri, bireyin hem toplumsal kabul görme hem de saygınlık kazanma isteğidir. Sporcu, belirlediği hedefe ulaştığında elde ettiği doyumun yanı sıra, bu sürece giden ilerlemeyi fark etmesinden de memnuniyet duyar. Çünkü spor ortamında elde edilen her başarı, yeni bir başarının da önünü açmaktadır. Bu nedenle sporcular, davranışlarını kendi belirledikleri başarı standartlarına ulaşma ya da bu seviyeye yaklaşma doğrultusunda düzenlerler. Sporcular, kendi performanslarını bu ölçütler çerçevesinde değerlendirerek başarı ya da başarısızlık algısını oluştururlar (Mungan, 1995).

Sporcular, spora duydukları ilgi ve güçlü bağlılık sayesinde motive olmaktadır. Bu tutku, antrenman süreçlerinde ve yarışmalarda karşılaşılan güçlüklerle başa çıkabilmeleri için gerekli olan enerjiyi sağlamaktadır. Başarı motivasyonu ise sporcuların her bir deneyimi öğrenme fırsatı olarak değerlendirmelerini, elde ettikleri kazanımları performanslarını geliştirmede kullanmalarını ve böylece hedeflerine daha kısa sürede ulaşmalarını desteklemektedir (Beşiktaş ve Terekli, 2023). Başarı motivasyonu, sporcuların yer aldıkları branşta etkili ve başarılı sonuçlar elde etmeleri açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu nedenle motivasyon düzeyi düşük olan bireylerin başarısızlık yaşama olasılığının daha yüksek olduğu söylenebilir (Turhan, 2021). Sporcuların hedefledikleri başarıya ulaşmaları, hem motivasyon düzeylerinin hem de performans kapasitelerinin yüksek olmasına bağlıdır (Arslanoğlu, 2015).

Sporla ilgili çeşitli etkinliklerin amaçlarını ifade eden spor güdüleri, bu etkinliklerin yapısı ve katılımcı sporcularla kurulan ilişkiye bağlı olarak iki ana başlık altında ele alınmaktadır. İlk gruptaki güdüler, spor faaliyetinin kendisine, elde edilen sonuçlara ya da farklı hedeflere ulaşmak için bir araç olarak kullanılmasına yönelik doğrudan spor etkinliği ile ilişkili unsurları kapsamaktadır. İkinci gruptaki güdüler ise sporcularla kurulan bağ üzerinden değerlendirilmekte olup, sporcuların hem doğrudan hem de dolaylı olarak sosyal çevreleriyle olan ilişkilerine dayanmaktadır. Bu çerçevede spor güdüleri toplamda altı farklı kategoride sınıflandırılmaktadır.

- **Sportif faaliyetlerin bireyin kendisi ve doğrudan sporcu özellikleriyle ilişkili güdüler:** hareket etme ihtiyacı, fiziksel aktiviteye katılım, kendini keşfetme ve tanıma süreci, yapılan sportif hareketlerden haz alma, heyecan ve adrenalin yaşama, gerilim hissi ve bedensel gücü ortaya koyma gibi unsurlar.

- **Sportif etkinliklerin birey ve sosyal çevre etkileşimiyle ilişkili güdüler:** farklı kişilerle birlikte spor yapmaktan keyif alma ve spor yoluyla iletişim kurma isteği.
- **Sportif etkinliklerin sonucuna ve sosyal çevre etkisine bağlı güdüler:** bireyin kendini onaylaması ve başarı duygusuyla kendini ödüllendirmesi.
- **Sportif faaliyetlerin sonucuyla birlikte sosyal çevrenin etkisi altında oluşan güdüler:** kişinin kendini topluma tanıtma arzusu, toplumdan kabul görme isteği, prestij kazanma ve saygınlık elde etme gibi motivasyonlar.
- **Sportif etkinliklerin kendisi ve doğrudan sporcu özellikleriyle ilişkili güdüler:** sporcunun fiziksel görünümüyle ilgili beklentiler, ekonomik kazanç elde etme, sağlıklı yaşam sürme, seyahat etme ve boş zamanları verimli değerlendirme gibi nedenler.
- **Sportif etkinliklerin hem kendisi hem de sosyal çevre etkisiyle daha üst düzey hedeflere ulaşmada araç olarak görüldüğü güdüler:** farklı bireylerle sosyal ilişkiler kurma, baskın/atak olma eğilimi, toplum içinde yer edinme, belirli ideolojik bağlar geliştirme ve arkadaşlık ilişkileri kurma gibi motivasyonlar (İkizler ve Karagözoğlu, 1997).

1.3.2. Takım Sporlarında Başarı Motivasyonu

Takım sporlarında bireyler yalnızca kendi performanslarına değil, takımın genel başarısına da önem vermektedir. Bu durum takım içerisindeki iş birliği, iletişim ve ortak hareket etme anlayışını ön plana çıkarmaktadır (Özkan ve Uzun, 2025). Özellikle ortak hedefe sahip takımlarda sporcuların birbirlerini desteklemesi, takım bütünlüğünün korunmasına katkı sağlamaktadır (Jones, 2024).

Motivasyonu yüksek olan sporcular antrenman süreçlerinde daha istekli davranabilmekte, karşılaşılan zorluklarla mücadelede daha kararlı bir tutum sergileyebilmektedir (Deniz ve Cihan, 2025). Takım içerisinde oluşan uyum ve dayanışma, sporcuların kendilerini takımın bir parçası olarak hissetmesini destekleyebilir. Takım içinde olumlu bir atmosferin bulunması, sporcuların hem bireysel hem de takım hedeflerine daha fazla odaklanmasına yardımcı olabilmektedir. Takım sporlarında başarı motivasyonu, hem bireysel performans hem de takım başarısı açısından önemli bir kavramdır.

1.4. Takım Sporlarında Antrenör Desteği

Antrenörler, takım sporlarında teknik ve taktik bilgilerin aktarılmasının yanında sporcularla kurulan iletişim sürecinde de etkili bir konumda yer

alabilmektedir (Nikolic, 2025). Bu nedenle antrenörlerin sporculara yönelik yaklaşımlarının takım ortamı üzerinde etkili olabilir. Antrenör desteği kapsamında sporculara verilen geri bildirimler, motive edici konuşmalar ve takım içerisindeki iletişim biçimi ön plana çıkabilmektedir (West, 2016). Sporcuların antrenörlerinden gördükleri desteğin, antrenmanlara katılım istekleri ve takım içerisindeki sorumluluk anlayışları üzerinde etkilidir (Selağzı ve Çepikkurt, 2014). Sporcularla kurulan olumlu iletişim ortamının takım içerisindeki uyuma katkı sağlayabilir. Ayrıca antrenörlerin sporcular arasında dengeli ve yapıcı bir yaklaşım sergilemesinin takım içindeki güven ortamını destekleyebileceği ifade edilebilir.

1.5. İletişim ve Geri Bildirim

İletişim, bireyin yaşamı boyunca çevresiyle ve diğer insanlarla kurduğu etkileşim sürecinde kendini tanıması, düşüncelerini ifade edebilmesi ve toplum içinde yer edinebilmesi açısından önemli bir işleve sahiptir (Mutlu, 1994). İnsanlar iletişim sayesinde yalnızca çevrelerini ve diğer bireyleri etkilemekle kalmamış, aynı zamanda yaşamlarını sürdürebilmek adına çeşitli kurallar ve değerler geliştirerek sosyal düzenler ve kültürel yapılar oluşturmuşlardır. İletişim; insanların ortak bir toplumsal yapı oluşturup bunu sürdürdükleri, bilgi, duygu, düşünce ve becerilerin semboller aracılığıyla paylaşıldığı bir süreç olarak değerlendirilebilir. Aynı zamanda bireylerin karşılıklı anlayış geliştirmek amacıyla bilgi üretip bu bilgileri paylaşmaları, düşünce ve bilgilerin anlaşılır hale getirilmesi ve karşılıklı etkileşimin sağlanması da iletişimin temel özellikleri arasında yer almaktadır (Dökmen, 2005). Bu doğrultuda spor takımlarında yer alan sporcu, antrenör, yönetici ve ebeveyn gibi bireylerin de etkili iletişim kurmaları büyük önem taşımaktadır.

Takım sporlarında iletişim, başarıya ulaşma ve istenen performansı ortaya koyma sürecinin önemli unsurlarından biridir. Spor ortamında, özellikle antrenör ile sporcu arasında kurulan ilişkinin sporcunun fiziksel, psikolojik ve sosyal gelişiminde belirleyici bir etkisi bulunmaktadır (Jowett ve Cockerill, 2002). Özellikle antrenör-sporcu ilişkisi ile bireyin başa çıkma becerileri sportif başarının oluşumunda etkili olmaktadır. Bu nedenle sportif performansın artırılabilmesi için hem kişisel özelliklerin hem de kişiler arası ilişkilerin geliştirilmesi gerektiği belirtilmektedir. Antrenörlük süreci, sporcunun spordan aldığı haz, öz güveni ve performans başarısı üzerinde etkili olabilmektedir (Jowett ve Meek, 2000).

Spor ortamında sporcu ve antrenör arasında karşılıklı bir bağlılık söz konusudur. Sporcu, antrenörün bilgi, deneyim ve yeterliliğinden yararlanırken; antrenör ise sahip olduğu bilgi ve becerileri sporcu aracılığıyla başarıya

dönüştürmeyi hedeflemektedir. Bu nedenle antrenör ve sporcu arasında profesyonel bir iş birliği gelişmekte, başarıya ulaşabilmek için birlikte zaman geçirme ve ortak çalışma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır (Antonini Philippe ve Seiler, 2006). Olumlu iletişim süreçlerinin bulunduğu ve sağlıklı ilişkilerin kurulduğu spor ortamlarında geliştirilen güçlü antrenör-sporcu ilişkisi, sporcuların motivasyonunu ve doyum düzeyini artırmakta, aynı zamanda becerilerini geliştirebilecekleri uygun bir ortam oluşturmaktadır (Altıntaş ve ark., 2012).

Takım içerisinde sporcuların birbirleriyle ve antrenörleriyle kurduğu iletişim, antrenman sürecinin daha düzenli ilerlemesine katkı sağlayabilmektedir. Özellikle takım sporlarında ortak hareket etme anlayışı ön planda olduğu için iletişim eksikliğinin takım uyumu üzerinde olumsuz sonuçlar oluşturabileceği söylenebilir. Bu nedenle antrenörlerin sporcularla kurduğu iletişim biçimi takım ortamının şekillenmesinde etkili olabilmektedir. Geri bildirim süreci ise sporcuların performanslarını değerlendirebilmeleri açısından önemli görülebilmektedir. Sporcular yaptıkları doğru ve eksik yönleri antrenör geri bildirimleri sayesinde daha net fark edebilmektedir. Özellikle antrenman ve müsabaka sonrasında yapılan açıklayıcı değerlendirmelerin sporcuların gelişim süreçlerine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Sporcuların kendilerini rahat ifade edebildiği bir ortamın takım içerisindeki güven duygusunu destekleyebileceği söylenebilir.

Antrenörlerin sporcuların düşüncelerini dikkate alan bir yaklaşım benimsemesi, takım içindeki aidiyet hissinin gelişmesine katkı sağlayabilmektedir. Bu durumun sporcuların takım hedeflerine daha fazla bağlılık göstermesine yardımcı olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca iletişim ve geri bildirimin kriz anlarında da önemli bir role sahip olabileceği değerlendirilmektedir. Özellikle başarısız sonuçlar sonrasında antrenörlerin kullandığı iletişim dili, sporcuların motivasyon düzeyleri üzerinde etkili olabilmektedir. Destekleyici ve çözüm odaklı yaklaşımın sporcuların olumsuz durumlarla daha kolay başa çıkmalarına katkı sağlayabileceği söylenebilir. Bu nedenle iletişim ve geri bildirimin takım sporlarında başarı motivasyonu açısından önemli başlıklardan biri olduğu düşünülmektedir.

1.6. Başarı Motivasyonunun Desteklenmesinde Antrenörün Önemi

Spor ortamında başarı motivasyonu, sporcuların hedeflerine ulaşma isteği, mücadele etme düzeyi ve performanslarını geliştirme çabaları ile ilişkilendirilebilen önemli kavramlardan biridir. Bu süreçte antrenörler, sporcuların yalnızca fiziksel gelişimlerinde değil, motivasyon süreçlerinde de etkili olabilen kişiler arasında değerlendirilebilir. Özellikle sporcu ile antrenör

arasında kurulan iletişim biçiminin, sporcuların spora yönelik tutumlarını ve antrenman süreçlerine yaklaşımlarını etkileyebileceği düşünülmektedir. Antrenörlerin sporculara karşı sergilediği destekleyici davranışlar, sporcuların kendilerini daha güvende hissetmelerine katkı sağlayabilmektedir. Bunun yanında sporcuların antrenman sürecinde geri bildirim alması, yaptıkları çalışmaların farkına varmaları ve eksik yönlerini geliştirmeleri açısından önemlidir.

Sporcuların motivasyon düzeylerinin korunmasında olumlu iletişim ortamının etkili olabileceği ifade edilebilir. Takım sporlarında antrenörün liderlik yaklaşımı da sporcuların motivasyon süreçleri üzerinde belirleyici unsurlardan biri olarak değerlendirilebilir. Takım içerisinde iş birliğini destekleyen, sporcular arasında adil davranmaya özen gösteren ve iletişime açık bir yaklaşım sergileyen antrenörlerin, sporcuların takım aidiyetini ve başarıya yönelik çabalarını olumlu yönde etkileyebileceği söylenebilir. Ayrıca sporcuların başarısızlık yaşadıkları dönemlerde antrenör desteğinin, yeniden motive olmalarında etkili olabileceği düşünülmektedir. Antrenörlerin spor ortamındaki rolü yalnızca teknik bilgi aktarımı ile sınırlı değildir.

1.7. Sonuç ve Öneriler

Takım sporlarında başarı motivasyonu, sporcuların antrenman süreçlerine katılımı, performanslarını geliştirme isteği ve sportif hedeflere yönelimi açısından önemli bir kavramdır. Bu süreçte antrenör desteği, sporcuların motivasyonlarının şekillenmesinde etkili olabilen unsurlar arasında değerlendirilebilir. Spor ortamında antrenör ile sporcu arasında kurulan iletişimin niteliği, sporcuların takım içerisindeki uyumu, antrenman sürecine yaklaşımı ve sportif süreçlere katılımı üzerinde belirleyici olabilmektedir. Bu noktada antrenörlerin sporculara karşı sergilediği yaklaşımın, sporcuların başarıya yönelik tutumlarını etkileyebileceği düşünülmektedir. Özellikle yapıcı iletişim kuran, sporcuların bireysel farklılıklarını dikkate alan ve takım içi etkileşimi destekleyen antrenör davranışlarının daha olumlu bir spor ortamı oluşturabileceği ifade edilebilir. Başarı motivasyonunun sürdürülebilmesinde sporcuların kendilerini takımın bir parçası olarak hissetmeleri de önem taşımaktadır. Bu nedenle takım sporlarında iletişim, güven, geri bildirim ve iş birliği gibi unsurların desteklenmesi gerekli görülebilir. Antrenörlerin sporcuların yalnızca performans sonuçlarına odaklanmak yerine gelişim süreçlerini de dikkate almalarının motivasyon açısından önemli olabileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

Adie, J. W. & Jowett, S. (2010). Meta-perceptions of the coach–athlete relationship, achievement goals, and intrinsic motivation among sport participants. *Journal of Applied Social Psychology*, 40(11), 2750–2773. https://doi.org/10.1111/j.1559- 1816.2010.00679.x.

Aktaş Z, Çobanoğlu G, Yazıcılar İ, & Er N. (2006). Profesyonel basketbolcularda spora özgü başarı motivasyon düzeyinin cinsiyetler açısından karşılaştırılması. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 4(2), 55-59.

Altıntaş, A., Çetinkalp Z. & Aşçı H. (2012). Antrenör- sporcu ilişkisinin değerlendirilmesi: geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Spor Bilimleri Dergisi,* 23(3), 119-128.

Altıntaş, A., Kelecek, S. & Aşçı, F. H. (2013). Elit sporcularda durumsal güdülenme ve optimal performans duygu durumu arasındaki ilişki. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 4(4), 1–15.

Anshel, M. H. (2003). *Spor psikolojisi*: Teoriden pratiğe (Çev. E. Süren). Remzi Kitabevi.

Antonini Philippe, R. & Seiler, R. (2006). Closeness, Co-orientation and Complementarity in Coach–Athlete Relationships: What Male Swimmers Say About Their Male Coaches. *Psychology of Sport and Exercise*, 7, 159-171.

Arslanoğlu, K. (2015). *Futbolun psikiyatrisi*. İstanbul: İthaki Yayınları.

Atasever, G. (2023). *Antrenör-sporcu ilişkisindeki dinamikler*. Içinde M. Ş. Ökmen & M. Sarıkaya (Ed.). Spor bilimlerinde g ncel yaklaş mlar (ss. 95-105). Duvar Yayınları.

Aydoğdu, C., Şahan, A., & Erman, K. (2017). Genç tenisçilerde spora özgü başarı motivasyon düzeyinin müsabaka performansı üzerine etkisinin incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 655–666.

Baker, J., Côté, J., & Hawes, R. (2000). The relationship between coaching behaviours and sport anxiety in athletes. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 3(2), 110– 119.

Bayarslan, B., Metin, S. C., & Yavuz, M. (2023). *Antrenörlükte Örtük Bilgi ve Deneyim*. Spor Bilimlerinde Öncü ve Çağdaş Çalışmalar, 157-158.

Beşiktaş, M. Y., & Terekli, M. S. (2023). *Sporda motivasyon*. Spor & Bilim, 1, 99.

Brinkley, A., McDermott, H., & Munir, F. (2017). What benefits does team sport hold for the workplace? A systematic review. *Journal of Sports Sciences*, 35(2), 136-148.

Büyükbasmacı, Y. E. (2023). *Uygulamalı Egzersiz Ve Spor Psikolojisi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Choi, D. W., Cho, M. H., & Kim, Y. K. (2005). Youth sport coaches' qualities for successful coaching. *World Leisure Journal*, 47(2), 14-22.

Choudhury, R. D., & Das, D. J. (2024). The science of team dynamics: a review of psychological factors influencing team performance in sports. *International Journal of Advanced Research in Science*, Communication and Technology.

Cüceloğlu, D. (1998). *İçimizdeki biz*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Çalışkan, G. (2001). *Liderlik açısından antrenör davranışlarının sporcu performansı üzerine etkisinin değerlendirilmes*i. Yüksek lisans tezi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi. Kütahya.

Deniz, A. V., & Cihan, B. B. (2025). Takım sporu yapan sporcuların güdülenme ve kaygı durumlarının incelenmesi. *Uluslararası Bozok Spor Bilimleri Dergisi*, 6(2), 90-104.

Dorak, F., & Vurgun, N. (2006). Takım sporları açısında empati ve takım birlikteliği ilişkisi. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 4(2), pp. 73-77.

Dökmen, Ü. (2005). *İletişim Çatışmaları ve Empati*. 34. Baskı, Ankara: Sistem Yayıncılık. Erkuş A. (2003). Psikometri Üzerine Yazılar, Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları, No: 24.

Ergün, E., & Eyisoy, M. E. (2018). Takım çalışması özelliklerinin takım performansına etkisi üzerine bir araştırma. Business ve Management Studies: *An International Journal*, 6(4), 1455–1475.

Gürşimşek, I. (2002). Öğretmen adaylarında öğrenmeye ilişkin motivasyonel inançlar ve strateji kullanımı. *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*, 8, 1-21.

İkizler, H. & Karagözoğlu, C. (1997). *Sporda başarının psikolojisi*. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.

Jones, D. (2024). Impact of team sports participation on social skills development in youth. *American Journal of recreation and sports*, 3(2), 24-34.

Jowett, S. & Meek, G. A. (2000). The Coach–Athlete Relationship in Married Couples: An exploratory Content Analysis. *The Sport Psychologist*, 14, 157–175.

Jowett, S. (2005). The coach–athlete partnership. *The Psychologist*, 18(7), 412–415.

Jowett, S. (2008). Moderator and mediator effects of the association between the quality of the coach–athlete relationship and athletes' physical self-concept. *International Journal of Coaching Science*, 2(1).

Jowett, S. & Cockerill, I. M. (2003). Olympic medallists' perspective of the athlete– coach relationship. *Psychology of Sport and Exercise*, 4(4), 313–331.

Jowett, S. & Ntoumanis, N. (2004). The coach–athlete relationship questionnaire (CART-Q): Development and initial validation. *Scandinavian Journal of Medicine and Science in Sports*, 14(4), 245–257.

Jowett, S. & Cockerill I. (2002). *Incompatibility in the Coach–Athlete Relationship*. In: Cockerill I, Ed. Solutions in Sport Psychology. London: Thompson Learning.

Kabamba, C. & Bailey, R. (2011). *Personality differences among team and individual sport athletes*. Randolph College Sport Preferences, 1, 2–17.

Karakuş, S., & Küçük, V. (1999). Eğitimin bütünlüğü içerisinde orta dereceli okullarda beden eğitimi ve spor etkinlikleri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (1).

Kassing, J. W. & Infante, D. A. (1999). Aggressive communication in the coach–athlete relationship. Communication Research Reports, 16(2), 110–120.

Kat, H. (2009). *Bireysel sporcularla takım sporcularının stres düzeyleri ve problem çözme becerilerinin karşılaştırılması.* Yüksek lisans tezi, Erciyes Üniversitesi. Kayseri.

Lawrence, A. (1996). *Book review:* The science of personality. New York: John Willey and Sons.

Martens R. (2012). *Successful coaching*. 4th ed. Champaign: Human Kinetics.

Mungan S. (1995). *Sporda Motivasyon faktörü olarak ödül ve ceza.* Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Mutlu, E. (1994). *İletişim Sözlüğü*, Ankara: Ark Yayınevi.

Nikolic, J. L. (2025). The Coach's Soft Power: Communication Skills as a Key to Developing Sports Teams and Athletes. AGORA Int'l J. Jurid. Sci., 19, 192.

Olympiou, A., Jowett, S., & Duda, J. L. (2008). The psychological interface between the coach-created motivational climate and the coach-athlete relationship in team sports. *The sport psychologist*, 22(4), 423-438.

Önen, S. M., & Kanayran, H. G. (2015). Liderlik ve motivasyon: kuramsal bir değerlendirme. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 43-64.

Özgün, A., Yaşartürk, F., Ayhan, B., & Bozkuş, T. (2017). Hentbolcuların spora özgü başarı motivasyonu ve mutluluk düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(Special Issue 2), 83-94.

Özkan, R., & Uzun, R. N. (2025). The Psychosocial effects of ınteraction, communication, and group dynamics in team sports. *Journal of Recreation, Sport and Tourism Research*, 2(1), 35-47.

Selağzı, S. & Çepikkurt, F. (2014). Antrenör ve sporcu iletişim beceri düzeylerinin belirlenmesi. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi,* 9(1), 11–18.

Seydioğlu, C., Yağcı, İ., & Uğur, E. (2023). Spor okullarında görev alan bireysel ve takım sporları antrenörlerin sportmenlik davranışlarının incelenmesi. *Yalova Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi,* 2(3), pp. 161-173.

Smith, R. E. & Smoll, F. L. (1996). *Psychosocial interventions in youth sport*. Sport Psychology, 10, 331–344.

Soyer, F., Sarı, İ. & Talaghir, L. G. (2014). The relationship between perceived coaching behaviour and achievement motivation. Procedia – *Social and Behavioral Sciences*, 152, 421–425.

Sullivan, P. J., & Feltz, D. L. (2003). The preliminary development of the Scale for Effective Communication in Team Sports (SECTS). *Journal of Applied Social Psychology*, 33(8), 1693–1715. https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2003.tb01961.x.

Şahin, N. (2012). Elit düzeyde takım sporu ve bireysel spor yapan iki grubun iletişim becerilerinin karşılaştırılması. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, pp. 13-16.

Turhan, M. Ö. (2021). *Sportif uygulamalarda müziğin etkisi ile spora özgü başarı motivasyonu arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek lisans tezi. Muş Alparslan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muş.

Ulukan, H. (2012). *İletişim becerilerinin takım ve bireysel sporculara olan etkisi*. Doktora Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Anabilim Dalı, Karaman.

Vella, S. A., Oades, L. G., & Crowe, T. P. (2013). The relationship between coach leadership, the coach–athlete relationship, team success, and the positive developmental experiences of adolescent soccer players. *Physical education and sport pedagogy*, 18(5), 549-561.

Weinberg, R. S., & Gould, D. (2019). *Foundations of sport and exercise psychology* (7th ed.). Human Kinetics.

West, L. (2016). Coach-athlete communication: Coaching style, leadership characteristics, and psychological outcomes.

Yanar, Ş., Kırandı, Ö., & Can, Y. (2017). Tenis ve badminton sporcularının sporcu kimlik algısı ve başarı motivasyon düzeyleri arasındaki farklılıkların incelenmesi. *Spor Eğitim Dergisi*, 1(1), 51-58.

Yıldız, S. M. (2011). Leader-member exchange and burnout in professional footballers. *Journal of Sports Sciences,* 29(14), 1493–1502.

Zuckerman, S. L., Tang, A. R., Richard, K. E., Grisham, C. J., Kuhn, A. W., Bonfield, C. M., & Yengo-Kahn, A. M. (2021). The behavioral, psychological, and social impacts of team sports: a systematic review and meta-analysis. *The Physician and sportsmedicine*, 49(3), 246-261.

Bölüm 2

Kampüs Rekreasyonunun Faydaları

Faik Orhun Tapşın[1]

Fuat Orkun Tapşın[2]

Özet

Kampüs rekreasyonu, üniversite öğrencilerinin boş zamanlarını verimli bir şekilde değerlendirmelerine olanak sağlayan ve onların çok yönlü gelişimlerini destekleyen önemli bir uygulama alanıdır. Üniversite yaşamı boyunca öğrenciler akademik sorumlulukların yanı sıra sosyal, kültürel ve kişisel gelişim süreçlerini de deneyimlemektedir. Bu süreçte kampüs içerisinde sunulan rekreatif etkinlikler, öğrencilerin yaşam kalitelerinin artırılmasına ve üniversite yaşamına daha kolay uyum sağlamalarına katkıda bulunmaktadır. Bu bölümün amacı, kampüs rekreasyonunun öğrencilere sağladığı faydaları farklı boyutlarıyla ele almak ve bu faaliyetlerin önemini ortaya koymaktır. Kampüs rekreasyonu kapsamında gerçekleştirilen sportif, sosyal, kültürel ve sanatsal etkinliklerin öğrencilerin fiziksel aktivite düzeylerini artırdığı, sosyal ilişkilerini geliştirdiği ve kampüse aidiyet duygularını güçlendirdiği bilinmektedir. Bunun yanında rekreatif faaliyetlere katılımın öğrencilerin boş zamanlarını daha verimli değerlendirmelerini sağladığı ve genel yaşam memnuniyetlerine olumlu katkılar sunduğu ifade edilmektedir. Kampüs ortamında sunulan rekreasyon hizmetleri, öğrencilerin yalnızca eğlenmelerine değil, aynı zamanda çeşitli beceriler kazanmalarına ve kişisel gelişimlerini desteklemelerine de olanak tanımaktadır. Kampüs rekreasyonu, üniversite öğrencilerinin akademik yaşamlarını destekleyen, sosyal etkileşimlerini artıran ve yaşam kalitelerini geliştiren önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle üniversitelerde rekreasyon hizmetlerinin yaygınlaştırılması ve öğrencilerin bu faaliyetlere katılımının teşvik edilmesi önemli görülmektedir.

1 Dr. Öğretim Üyesi, Dicle Üniversitesi, Spor Yöneticiliği Bölümü, faik.tapsin@dicle.edu.tr, ORCID 0000-0002-7099-6929

2 Doktor, Kocaeli Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Spor Bilimleri, fuat_orkun@hotmail.com, ORCID 0000-0001-6374-534X

https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1371.c5561

1. GİRİŞ

Üniversiteler, bireylerin yalnızca akademik bilgi edindikleri kurumlar değil, aynı zamanda bedensel, sosyal ve kişisel gelişim açısından gelişim gösterdikleri yaşam alanlarıdır (Erdem, 2015). Öğrenciler üniversite yıllarında dersler, sınavlar, akademik sorumluluklar ve geleceğe ilişkin planlamalar nedeniyle yoğun bir yaşam temposu içerisinde bulunmaktadır (Sevim, 2024). Bu süreçte öğrencilerin boş zamanlarını etkili biçimde değerlendirmeleri, yaşam kalitelerinin korunması ve üniversite yaşamına uyum sağlamaları açısından önem taşımaktadır.

Kampüs rekreasyonu, öğrencilerin ders dışındaki zamanlarını gönüllü olarak katıldıkları sportif, kültürel, sanatsal ve sosyal etkinliklerle değerlendirmelerine olanak sağlayan önemli bir uygulama alanıdır (Forrester, 2014). Kampüs rekreasyon faaliyetleri, öğrencilerin yalnızca eğlenmelerine değil; aynı zamanda bedensel, sosyal ve ruhsal açıdan gelişimlerine de katkı sağlayan önemli bir unsur olarak değerlendirilebilir. Kampüs ortamı, öğrencilerin bu çok yönlü gelişim sürecini destekleyen en önemli yaşam alanlarından biridir (Strange ve Banning, 2015).

Kampüsler yalnızca derslikler ve akademik birimlerden oluşan yapılar değil, aynı zamanda öğrencilerin sosyal etkileşimde bulunduğu, boş zamanlarını değerlendirdiği ve farklı etkinliklere katılım sağladığı dinamik alanlardır (Strange, 2003). Bu bağlamda kampüs içerisinde sunulan rekreatif faaliyetler, öğrencilerin üniversite yaşamına daha aktif katılım göstermelerine olanak tanımaktadır.

Kampüs rekreasyonu; spor etkinlikleri, kültürel organizasyonlar, sosyal etkinlikler, sanat faaliyetleri ve serbest zaman değerlendirme imkânlarını kapsayan geniş bir alanı ifade etmektedir (Hums ve MacLean, 2018). Bu faaliyetler, öğrencilerin akademik yoğunluk dışında farklı alanlara yönelmelerini sağlayarak yaşam dengesinin kurulmasına katkı sunmaktadır (Ammaar ve ark., 2024). Özellikle günümüz üniversite öğrencilerinin artan akademik stres ve performans beklentisi altında olduğu düşünüldüğünde, rekreatif etkinliklerin önemi daha da belirgin hale gelmektedir.

Rekreatif etkinliklere katılım, öğrencilerin yalnızca fiziksel olarak aktif olmalarını değil, aynı zamanda sosyal ilişkiler kurmalarını ve bu ilişkileri geliştirmelerini de desteklemektedir (Fancourt ve ark., 2021). Kampüs ortamında gerçekleştirilen grup etkinliklerinin öğrenciler arasında iletişimi artırarak sosyal bağlılık hissinin güçlenmesine katkı sağlamaktadır (Miller, 2011). Bu durum, öğrencilerin üniversiteye uyum sürecini kolaylaştırmakta ve kampüs yaşamına daha hızlı adapte olmalarına yardımcı olabilir. Bunun

yanında kampüs rekreasyonu, bireylerin kişisel gelişim süreçlerine de önemli katkılar sunmaktadır. Ayrıca rekreatif faaliyetler, bireylerin sorumluluk alma ve problem çözme gibi günlük yaşam becerilerinin gelişmesine de dolaylı olarak katkı sağlamaktadır (Türker, 2019; Kürkcü-Akgönül ve ark., 2023).

Kampüs rekreasyonu, üniversite kültürünün oluşmasında da önemli bir role sahiptir. Kampüs rekreasyonu, üniversite öğrencilerinin yalnızca boş zamanlarını değerlendirdikleri bir alan değil; aynı zamanda bedensel, sosyal ve kişisel gelişimlerini destekleyen önemli bir eğitim ve yaşam alanıdır. Bu nedenle üniversitelerde rekreasyon faaliyetlerine verilen önem, öğrencilerin daha sağlıklı, dengeli ve başarılı bir üniversite yaşamı sürmelerine katkı sağlamaktadır.

1.1. Rekreasyon

Rekreasyon, bireylerin boş zamanlarının giderek artmasıyla birlikte önem kazanan bir kavram olarak literatürde yer almaktadır. İnsanların mutluluğa ulaşma sürecinde çeşitli ihtiyaçlarına karşılık veren rekreasyon, bireylerin boş zamanlarında kendi tercihleri doğrultusunda katıldıkları ve keyif aldıkları etkinlikleri kapsamaktadır. Yaşam boyu bireye katkı sunması nedeniyle araştırmacılar ve uygulayıcılar tarafından önemli bir inceleme alanı olarak ele alınan rekreasyon, bilimsel yazında farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Kökeni Latincede "yenilenme" ve "tazelenme" anlamlarına gelen recreatio kelimesine dayanan bu kavram, Türkçeye bu şekilde geçmiştir (Metin ve ark., 2013).

Jensen ve Guthrie (2006) ise rekreasyonu, "ruhsal gücün ya da manevi enerjinin yeniden canlanması, adeta yeniden doğuş" biçiminde ifade etmiştir.

Birey ile ait olduğu toplum açısından önemli bir yere sahip olan rekreasyon, kişinin gelişim sürecine ve kişilik oluşumuna katkı sağlayan; boş zamanlarda gerçekleştirilen ve bireyin bulunduğu sosyal çevrenin ahlaki ile toplumsal değerlerini içeren etkinliklerin tümü olarak tanımlanmaktadır (Munusturlar, 2016).

Karaküçük (2001), rekreasyonu; bireylerin tekdüze yaşam akışından uzaklaştığı, uzun çalışma saatlerinin ardından dinlenme ve rahatlama imkânı bulduğu, iyi oluş haline ulaştığı, bu durumu sürdürdüğü ve geliştirdiği; tamamen kendi isteğiyle katıldığı, bireysel olarak ya da grup halinde gerçekleştirilebilen etkinlikler olarak tanımlamaktadır.

1.2. Rekreasyonun Özellikleri

Alanyazın taraması sonucunda rekreasyon kavramına ilişkin farklı tanımların bulunduğu görülmektedir. Bir etkinliğin rekreasyon kapsamında yer alıp almadığının belirlenebilmesi için ise bazı sınırların net bir biçimde

ortaya konulması gereklidir. Bu zorunluluk doğrultusunda, rekreasyonu diğer faaliyetlerden ayıran ortak niteliklerin açıklığa kavuşturulması önem taşımaktadır. Bu çerçevede rekreasyonun temel özellikleri aşağıda şu şekilde sıralanabilir;

- Rekreasyon, bireysel bir nitelik gösterir ve insanların boş zamanlarında katıldıkları faaliyetler sonucunda doyum ve tatmin duygusu elde etmeleri beklenir (Torkildsen, 2005).
- Rekreasyon faaliyetlerine katılımın temelinde gönüllülük ilkesi yer almalıdır. Katılımcılar, tercih ettikleri etkinlikleri herhangi bir baskı olmaksızın, tamamen kendi özgür iradeleriyle seçerek sürece dâhil olmalıdır (Karaküçük ve Akgül, 2016).
- Rekreasyon, bireylerin iş ve temel fiziksel gereksinimlerini yerine getirdikleri zaman dilimi dışında kalan serbest zamanlarında ortaya çıkan ve bu süreçte herhangi bir yükümlülük ya da sorumluluk hissi olmadan yapılan etkinlikleri ifade eder (Kılıç ve Şener, 2013).
- Katılımcıların faaliyetlere dahil olduktan sonra devam etme zorunluluklarının olmaması ve diledikleri zaman etkinlikten ayrılabilme özgürlüğüne sahip olmaları gerekmektedir (Karaküçük, 2001).
- Rekreasyon, bireylerin çok yönlü gelişim ve değişimini amaçlayan bir süreç olarak ele alınmalı; bu süreçte gönüllülük temel bir unsur olmanın yanı sıra merak, özgürlük ve yarar sağlama gibi kavramlar da sürecin önemli bileşenleri arasında yer almalıdır (Luetkens, 2004).
- Rekreasyon, bireylerin günlük yaşamlarında karşılaştıkları tekdüze ve hareketsiz durumdan uzaklaşarak kendilerini yenileyebilecekleri bir alan olarak görülmektedir (Orel ve Yavuz, 2003).
- Rekreasyon faaliyetleri, belirli bir zaman ya da mekânla sınırlı olmaksızın gerçekleştirilebilmektedir. Bu etkinlikler, açık veya kapalı alanlarda ve yılın her döneminde uygulanabilme özelliğine sahiptir (Karaküçük, 2001).

1.3. Rekreasyon İhtiyacı ve Faydaları

İnsanlık tarihi boyunca bireyler, yaşamlarını sürdürebilmek için temel gereksinimlerini karşılamaya yönelik çözümler üretme çabası içinde olmuşlardır. Bu süreçte rekreasyon faaliyetlerinin gerçekleştiği boş zaman kavramı, bireylerin ihtiyaçlarını karşılama uğruna verdikleri yoğun mücadelenin sonunda elde edilen bir ödül niteliğinde değerlendirilebilmektedir. Yaşamı sürdürmeye yönelik bu çabanın zamanla monoton ve yorucu bir hale gelmesi, bireyleri

yenilenme ve tazelenme arayışına yöneltmiş; bu arayışlar ise rekreasyon etkinliklerinin ortaya çıkmasıyla sonuçlanmıştır.

Rekreasyon faaliyetlerine yönelik gereksinimler şu şekilde ifade edilmiştir:

- Bireylerin günlük rutinden uzaklaşarak farklı ve yeni deneyimler kazanması,
- Kendini emniyette ve güvende hissetme ihtiyacı,
- Kimlik geliştirme ve kendini tanıma süreci,
- Kontrol ve hâkimiyet duygusunu deneyimleme,
- Sorumluluk üstlenme ve sosyal etkileşim becerilerini geliştirme,
- Yaratıcı yönlerini ortaya çıkarma ve geliştirme,
- Fiziksel ve zihinsel etkinliklerin bir arada sağladığı canlılık ve zindelik kazanımı (Torkildsen, 2005).

Kılbaş (2010), rekreasyona ilişkin ihtiyaçları; bireyin kendini yenileme gereksinimi, kendini ödüllendirme isteği, kişisel gelişim ve öğrenme ihtiyacı, sosyal iletişimi sürdürme gereksinimi, toplum içinde kendini ifade etme ihtiyacı, bir gruba ait olma ve birlikte hareket etme isteği ile farklı kültürlerle etkileşim kurma ihtiyacı olarak sınıflandırmıştır.

Bireylerin söz konusu etkinliklerden yarar sağlayabilmeleri, belirtilen gereksinimlerin etkili bir şekilde karşılanmasına bağlıdır. Bu gereksinimlerin olumlu sonuçlar doğurarak bireyler için bir kazanca dönüşmesi durumunda rekreasyon; fiziksel gelişimi destekleyen, psikolojik iyi oluşu artıran ve sosyal ilişkileri güçlendiren çeşitli katkılar sunmaktadır (Güzel ve ark., 2014).

1.4. Rekreasyona Katılımı Etkileyen Faktörler

Rekreasyon faaliyetlerine katılım sürecinde bireyler arasında olduğu kadar toplumlar arasında da çeşitli farklılıklar görülebilmektedir. Rekreasyonun temel özelliklerinden biri, kişinin herhangi bir baskı ya da zorunluluk olmaksızın katılacağı etkinliği özgür iradesiyle seçebilmesidir. Bu durum, katılım davranışlarının bireyden bireye değişmesine neden olmaktadır. Rekreasyon etkinliklerine yönelimi etkileyen ve etkisinin düzeyi farklılık gösterebilen birçok unsur bulunmaktadır. Her ne kadar etkinliğe katılma kararını bireyin kendisi verse de bu kararın oluşumunda istek, ilgi ve gönüllü olma gibi etkenler önemli rol oynamaktadır (Demir ve Demir, 2006).

Katılımcıların bir etkinliğe yönelmesinde, yaşadıkları deneyimin niteliği, etkinlik sonrasında elde edilen kazanımlar ve bireyin bu deneyime yüklediği anlam önemli rol oynamaktadır. Bununla birlikte, etkinliğin işlevsel bulunması,

katılımcılara güven duygusu vermesi, zaman açısından esneklik sağlaması ve eğlenceli unsurlar içermesi katılım düzeyini artıran faktörler arasında yer almaktadır (Yeh ve ark., 2019). İnsanlar, günlük yaşamın tekdüzeliğinden uzaklaşmak, farklı bilgi ve beceriler kazanmak, kişisel gelişimlerine katkı sağlamak, yeni arkadaşlıklar edinmek, mevcut sosyal bağlarını kuvvetlendirmek ve bireysel potansiyellerini ortaya çıkarmak amacıyla rekreasyon faaliyetlerine katılmayı tercih etmektedirler (Ardahan ve Yerlisu Lapa, 2011).

Rekreasyonel etkinliklere katılımı belirleyen unsurlar farklı şekillerde sınıflandırılabilmektedir. Bu kapsamda, Torkildsen (2005) tarafından yapılan sınıflandırmada rekreasyon katılımı etkileyen etmenler; bireysel özellikler, fırsatlara ilişkin unsurlar ve sosyal ile durumsal koşullar olmak üzere üç temel başlık altında ele alınmıştır. Bunlar;

Kişisel Faktörler	**Sosyal ve Durumsal Faktörler**	**Fırsat Faktörleri**
Yaş	Meslek	Elverişli kaynaklar
Cinsiyet	Gelir	Tesisler
Medeni hal	Gelir fazlası	Duyarlılık
Bağlılık	Maddi zenginlik	Fırsat algısı
Bireysel yükümlükler	Elverişli zaman	Ulaşabilme ve konum
Beceriler	Ev ve sosyal çevre	Etklinlik tercihi
Boş zaman algısı	Arkadaş grupları	Ulaşım
Davranış ve motivasyon	Sosyal rol ve ilişkiler	Maaliyet
İlgiler	Çevresel faktörler	Yönetim
Yetenek ve yeterlilik	Eğitim	Pazarlama
Kişilik, güven	Kültürel yapı	Programlama
Bulunulan Kültür	Görev ve yükümlülükler	Ulaşılabilirlik

Şekil 1: Rekreasyona katılımı etkileyen faktörler (Torkildsen, 2005)

1.5. Kampüs Rekreasyonu

Serbest zamanın verimli ve bilinçli biçimde değerlendirilmesine yönelik ilk örneklerden biri, Antik Yunan döneminde ortaya çıkan ve düşünsel üretimin merkezi olarak kabul edilen akademilerdir. Özellikle Plato tarafından kurulan akademi, bireylerin felsefi konular üzerine görüş alışverişinde bulunduğu, yaratıcı düşüncenin teşvik edildiği ve çeşitli fikirlerin tartışıldığı bir eğitim ortamı niteliği taşımaktaydı. Günümüzde İngilizcede "okul" anlamında kullanılan "school" sözcüğünün kökenini oluşturan "schole" kavramı ise o dönemde yalnızca eğitim faaliyetlerini değil, insanların düşünmeye zaman

ayırdığı, yararlı uğraşlarla meşgul olduğu, sanatla ilgilendiği ve yaşamın özüne ilişkin sorgulamalar gerçekleştirdiği zaman dilimlerini ifade etmekteydi. Plato'nun öncülüğündeki bu akademik yapının; okuma, yazma ve bağımsız düşünceyi desteklemesinin yanı sıra çeşitli eğlence etkinliklerine de yer verdiği bilinmektedir (Russell, 2013). Bu tarihsel ve felsefi miras göz önünde bulundurulduğunda, serbest zaman etkinliklerinin düşünsel gelişim ve keyif alma unsurlarını bir araya getiren uygulama alanlarının günümüzde en belirgin biçimde üniversiteler olduğu söylenebilir. Üniversiteler, bireylere hem zihinsel gelişimlerini destekleyecek fırsatlar sunmakta hem de eğlence ve sosyal etkileşim odaklı etkinliklere katılım imkânı sağlamaktadır.

Kampüsler, eğitim kurumlarına ait bina ve tesislerin bulunduğu; eğitim-öğretim faaliyetlerinin yanı sıra çeşitli etkinlik alanlarıyla öğrenciler için adeta yaşam alanı niteliği taşıyan yerler olarak değerlendirilebilir. Her ne kadar kampüs kavramı çoğunlukla üniversitelerle ilişkilendirilse de günümüzde ilkokuldan ortaöğretime kadar birçok eğitim kurumu da faaliyetlerini kampüs ortamlarında sürdürmektedir. Kampüsler, öğrenciler ile akademik ve idari personel açısından farklı anlamlar taşımakla birlikte, bulundukları çevre ve toplumu da olumlu yönde etkileyen yapılardır. Fransızca kökenli olan "kampüs" kelimesinin Türkçe karşılığı ise "yerleşke" olarak ifade edilmektedir.

Yükseköğretim bağlamında değerlendirildiğinde, bir üniversitenin fiziksel altyapısı ve bulunduğu coğrafi konum önemli bir belirleyici unsur olarak öne çıkmaktadır. Eğitim kalitesi, modern üniversitelerin sahip olduğu fiziksel imkânlar ve kampüs olanaklarıyla doğrudan ilişkilidir. Öğrenciler, üniversite sürecinde elde ettikleri kazanımları yalnızca ders programı ve öğretim elemanlarıyla sınırlı örgün eğitim deneyimlerinden değil, aynı zamanda sınıf dışı etkinliklerden de elde etmektedirler. Bu nedenle üniversite kampüsleri, öğrenci kimliğinin gelişiminde kritik bir rol oynayan temel unsurlardan biri olarak kabul edilmektedir (Uzunyol, 2019).

Kampüs rekreasyonu, üniversiteyi oluşturan öğrenciler ile akademik ve idari personel dahil olmak üzere tüm bireylerin kampüs içinde boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla katıldıkları etkinlikler bütünü olarak ifade edilebilir. Üniversiteler, kampüs rekreasyonu programları kapsamında mensuplarına çeşitli faaliyet olanakları sunmaktadır. Bu kapsamda dönemsel olarak düzenlenen şenlikler, öğrenci topluluklarının organize ettiği etkinlikler, mezuniyet törenleri, konserler, farklı fiziksel aktiviteler ve spor tesisleri ile uygun açık alanlarda gerçekleştirilen sportif etkinlikler kampüs rekreasyonu faaliyetleri arasında yer almaktadır (Mercanoğlu ve ark., 2015). Bu alanda yapılan çalışmalar, informal öğrenme ortamı niteliği taşıyan kampüs rekreasyonu etkinliklerinin

öğrencilerin yaşamları üzerinde olumlu katkılar sağladığını göstermektedir (Lindsey ve Sessoms, 2006).

Üniversiteler; bünyelerinde bulunan bireylerin akademik ve mesleki gelişimlerini desteklemeyi, araştırma olanakları sunarak bilimsel bilgi üretimine katkı sağlamayı, gençleri sorumluluk sahibi bireyler olarak toplumsal yaşama hazırlamayı ve toplumun eğitim, kültür ile bilinç düzeyinin gelişmesine yardımcı olmayı hedefleyen kurumlardır. Bu hedeflerin gerçekleştirilmesinde kampüslerde yer alan sosyal ve kültürel alanlar önemli bir işleve sahiptir. Farklı bölgelerden ve çeşitli kültürel geçmişlerden gelen öğrenciler, öğrenim hayatları boyunca ders saatleri dışında zamanlarının önemli bir bölümünü bu alanlarda geçirerek bir araya gelmekte ve etkileşim kurmaktadırlar (Erçevik ve Önal, 2011). Üniversiteler birden fazla kampüse sahip olabilmekte ve her kampüs kendine özgü bir kültürel yapıyı barındırabilmektedir. Kampüs kültürü; kurumun gelenekleri, uygulamaları, sosyal ilişkileri ve diğer kurumlardan ayrılmasını sağlayan etkileşim biçimleriyle şekillenen kendine has özellikleri ifade etmektedir. Kent yaşamı içerisinde küçük bir yerleşim alanı niteliği taşıyan kampüslerde, öğrenci sayısındaki artış ve yeni akademik alanlara duyulan ihtiyaç nedeniyle ortak kullanım alanlarının geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda, sosyal etkileşimi destekleyen alanların düzenlenmesi, peyzaj çalışmalarının artırılması ve kullanım amaçlarına uygun şekilde işlevselliklerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu alanların temel işlevleri ise şu şekilde sıralanabilir.

- Kampüs bünyesinde yer alan yapıların birbiriyle uyumlu bir bütün oluşturmasına yardımcı olur.
- Hava dolaşımının sağlanması ve açık havadan yararlanılması için uygun mekânlar sunar.
- Rekreatif etkinliklerin gerçekleştirilebilmesi için gerekli fiziksel alan gereksinimini karşılar.
- Kampüs kullanıcıları ile çevresel unsurlar arasında etkileşim ve bağlantı kurulmasına olanak tanır.
- Kampüsün mekânsal ve yapısal gelişim sürecini destekler.

Kampüsün çağdaş ve düzenli bir görünüme sahip olmasına estetik açıdan katkı sağlar (Sıramkaya ve Çınar, 2012; Çorbacı ve ark., 2005).

Kampüs yapısına sahip üniversiteler, diğer yükseköğretim kurumlarına göre rekreatif etkinliklerin çeşitliliği ve bu etkinliklere ayrılan zaman bakımından daha geniş olanaklar sunmaktadır. Rekreasyon faaliyetlerinin etkili bir şekilde yürütülebilmesi için gerekli planlamaların yapılması, programların

uygulanabileceği uygun tesislerin bulunması ve ihtiyaç duyulan ekipmanların sağlanması önemli bir gereklilik olarak görülmektedir (Bizati ve ark., 1999). Özellikle yurt dışındaki birçok üniversitede yaygın olarak bulunan kampüs rekreasyonu merkezleri veya birimleri, kampüs içinde gerçekleştirilen rekreasyon programlarının hazırlanması, tesislerin işletilmesi, personelin koordinasyonu ve sunulan hizmetlerin yönetilmesi gibi görevleri üstlenen profesyonel yapılar olarak değerlendirilebilir. Bu merkezler aracılığıyla sunulan etkinlikler ve olanaklar, öğrencilerin fiziksel aktivitelere katılımını desteklemenin yanı sıra yeni sosyal çevreler edinmelerine, kişiler arası etkileşimlerini geliştirmelerine ve üniversite topluluğuna daha güçlü bir şekilde aidiyet hissetmelerine katkı sağlamaktadır.

Üniversite kampüsleri, kampüs rekreasyonunun temel uygulama ortamları arasında yer almakta ve öğrencilerin serbest zamanlarını değerlendirebildikleri etkinliklerin düzenli olarak gerçekleştirildiği alanlar olarak öne çıkmaktadır. Günümüzde üniversitelerde öğrenim gören öğrenci sayısının artması ve öğrencilerin kampüs içerisinde yararlanmak istedikleri mekânlara yönelik beklentilerinin çeşitlenmesi, kampüslerin fiziksel ve işlevsel yapılarında zamanla değişimlerin yaşanmasına neden olmaktadır. 21. yüzyılın üniversite öğrencileri, yalnızca fiziksel aktivite yapabilecekleri olanaklar değil; aynı zamanda sosyal etkileşim kurabilecekleri, dinlenebilecekleri, eğlenebilecekleri ve gönüllülük faaliyetlerine katılabilecekleri rekreatif uygulamaların kampüs yaşamının bir parçası olmasını beklemektedir (Mack, 2011). Bu çerçevede, kampüs rekreasyonu kapsamında geliştirilecek yenilikçi etkinlikler, projeler ve programlar, üniversite gençliğinin aktif katılımını destekleyerek rekreasyon alanındaki tüm paydaşlara önemli katkılar sunabilecektir.

Kampüs rekreasyonu, rekreasyon alanı içerisinde giderek önem kazanan ve kapsamı genişleyen bir çalışma alanı olarak değerlendirilebilir. Öğrencilere sunulan çeşitli etkinlik ve uygulamalar, onların kampüs yaşamına daha aktif şekilde katılım göstermelerine katkı sağlayan önemli destek unsurlarıdır. Bu faaliyetlerin planlandığı ve yürütüldüğü rekreasyon merkezleri, öğrenci deneyimini geliştirmek ve eğitim ortamının niteliğini yükseltmek amacıyla üniversitelerin kurumsal hedefleri doğrultusunda faaliyet göstermektedir. Bu nedenle üniversiteler, kampüs rekreasyonuna yönelik kaynak ve yatırım ayırma konusunda her geçen yıl daha fazla önem vermektedir (Kozechian ve ark., 2012).

Kampüs rekreasyonu, başta öğrenciler olmak üzere akademik ve idari çalışanların boş zamanlarını verimli değerlendirebilmeleri amacıyla üniversiteler veya ilgili kurumlar tarafından sunulan rekreatif faaliyetlerin bütününü ifade

etmektedir. Mittelstaedt ve ark. (2006) kampüs rekreasyonunun başlıca hedefleri şunlardır:

- Üniversite kampüsünü kullanan öğrencilerin yanı sıra akademik ve idari personel ile yerel halkın fiziksel, sosyal ve zihinsel gereksinimlerini karşılamaya yönelik hizmetlerin sağlanması,
- Aktivitelere katılan bireylerin kendilerine yönelik daha olumlu bir benlik algısı geliştirmelerine ve sosyal etkileşimlerini artırmalarına imkân sağlamak, ayrıca fiziksel ve zihinsel sağlıklarını koruyup sürdürebilmelerine katkıda bulunmak.
- Aktivitelere katılan bireylerin kendilerine yönelik daha olumlu bir benlik algısı geliştirmelerine ve sosyal etkileşimlerini artırmalarına imkân sağlamak, ayrıca fiziksel ve zihinsel sağlıklarını koruyup sürdürebilmelerine katkıda bulunmak.

Üniversite kampüslerinde rekreasyon birimleri tarafından organize edilerek yürütülen etkinliklerin tümü genel olarak kampüs rekreasyonu olarak adlandırılmaktadır. Günümüzde birçok üniversite kampüsünde rekreatif faaliyetlerin gerçekleştirilebilmesi için spor salonları, fitness merkezleri, yüzme havuzları, raket sporlarına uygun sahalar ve tırmanma duvarları gibi farklı amaçlara hizmet eden tesisler yer almaktadır. Kampüs rekreasyon birimleri; öğrenciler ve üniversite personeli için turnuvalar, lig organizasyonları, çeşitli yarışmalar, spor kulüpleri, spor temelli programlar ve eğitim faaliyetleri düzenleyerek kampüs içerisindeki bireylerin ihtiyaç ve beklentilerine yanıt vermektedir. Ayrıca kampüs rekreasyon alanları, çok sayıda öğrencinin, akademik ve idari personelin bir araya geldiği ve sosyal etkileşim kurduğu ortamlar olarak değerlendirilmektedir (Huesman ve ark., 2009).

Ayrıca kampüs içerisinde düzenlenen öğrenci kulüpleri ve topluluk faaliyetleri, okul içi organizasyonlar, şenlik ve festivaller, kültürel buluşmalar ile sanatsal etkinlikler gibi rekreatif katılım gerektiren etkinlikler de kampüs rekreasyonu kapsamında değerlendirilebilir.

1.6. Kampüs Rekreasyonunun Amacı ve Önemi

Kampüs rekreasyon etkinlik programları; Spor Bilimleri Fakülteleri bünyesindeki rekreasyon birimleri, Devlet Konservatuvarları ve Güzel Sanatlar Fakülteleri, Beden Eğitimi ve Spor Bölüm Başkanlıkları ile Sağlık Kültür ve Spor Daire Başkanlıkları tarafından tasarlanması, uygulanması ve sürekli olarak geliştirilmesi gereken programlar arasında yer almaktadır.

Kampüs rekreasyonu, bireylerin boş zamanlarını nasıl deneyimlediklerini belirlemelerine ve bu zamanı nasıl değerlendirdiklerini sorgulamalarına

imkân tanırken, aynı zamanda boş zamana ilişkin tutum ve değerlerini de şekillendirmelerine katkı sağlar. Rekreasyonel spor olanakları ise akademik yaşam ile serbest zaman arasında bir denge kurulmasına yardımcı olmakta; fiziksel ve zihinsel iyilik halini destekleyerek bireylerin kişisel gelişim süreçlerine katkı sunan önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir (Broughton ve Griffin, 1994).

1.7. Kampüs Rekreatif Etkinliklerinin Özellikleri

Rekreatif faaliyetlerin oldukça geniş bir yelpazeye sahip olması ve bireyler arasında farklılık göstermesi, bu etkinlikleri tek bir tanım altında toplama sürecini zorlaştırmaktadır. Bununla birlikte, literatürde araştırmacılar tarafından kabul gören ve rekreasyonu diğer etkinlik türlerinden ayıran bazı temel özellikler ortaya konulmuştur. Bu özellikler arasında bireyin etkinliklere katılımda tamamen serbest olması, seçtiği etkinliği sürdürme zorunluluğunun bulunmaması ve katılımın gönüllülük esasına dayanması yer almaktadır. Ayrıca bu etkinliklerin bireyde mutluluk ve keyif duygusu oluşturduğu, aynı zamanda yaratıcılığı destekleyerek deneyim kazanımına katkı sağladığı ifade edilmektedir (Karaküçük, 2001). Başlangıçta belirli bir amaç taşımadan gerçekleştirilen bu faaliyetlerin zamanla bireyin fiziksel, duygusal ve sosyal becerilerini geliştirmeye yönelik bir nitelik kazandığı ve iyi oluş haline katkı sağlayan bir amaca dönüştüğü de belirtilmektedir (Kılbaş, 2010).

1.8. Kampüs Rekreasyonunun Yararları

Rekreatif faaliyetler, bireyin yaşamında önemli bir etken olarak kabul edilmekte ve insanı insan yapan, bireylerin birlikte yaşamasını mümkün kılan özelliklerin temel kaynağı olarak değerlendirilebilir. Bu faaliyetler, bireyin doğumundan ölümüne kadar uzanan süreçte gelişim ve olgunlaşmasına katkı sağlayan birçok deneyim ve kazanımı içinde barındırır. Ayrıca seçim yapma özgürlüğü, içsel doyum, mutluluk, keyif, oyun, risk alma, mizah, rahatlama, ritüel, yalnızlık, aidiyet ve özellikle manevi tatmin gibi unsurların önemli bir kaynağıdır. Bununla birlikte rekreatif etkinliklerin hastalıkların önlenmesine dahi katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda rekreasyon, bireylere iyi oluş, yaşam doyumu ve yüksek yaşam kalitesi sunmaktadır. Fiziksel, sosyal ve duygusal iyilik haline anlamlı katkılar sağlayabilme potansiyeline sahip olan bu etkinliklerin, doğru ve bilinçli biçimde tercih edilmesi gerekmektedir. Bazı rekreatif deneyimler ise son derece olumlu ve yoğun yaşantılar sunarak "zirve deneyimler" olarak adlandırılmaktadır (Russell ve Jamieson, 2008). "Akış" deneyimi ise yalnızca keyif alma durumunu değil, aynı zamanda derin bir tatmin hissini de ifade etmektedir (Clarke ve Haworth, 1994). Hedefe ulaşmak performansın değerlendirilmesi açısından önemli olsa da tek başına yeterli

değildir. Akış deneyimi, bireyin sıkılma ve kaygı sınırlarının dışında, etkinliğe tamamen odaklanarak sürdürme isteği hissetmesiyle ortaya çıkar. Kampüs rekreasyonu ise üniversite yaşamı boyunca öğrencilerin olumlu gelişimini desteklemeyi amaçlayan bir yapı olarak öne çıkmaktadır.

1.8.1. Kampüs Rekreasyonunun Psikolojik Yararları

Rekreasyonel etkinlikler, bireyin kendini tanıma, kendini ortaya koyma ve kişisel güçlenme hissini artırmaya katkı sağlayan bir araç olarak değerlendirilmektedir (Russell ve Jamieson, 2008). Bu tür aktiviteler çoğunlukla heyecan yaşama ve kendini sınama, rahatlama ve günlük yaşamdan uzaklaşma, stresin azaltılması ya da iş ve eğlence arasındaki dengenin kurulmasına yardımcı olma gibi işlevlerle ilişkilendirilebilir.

Boş zamanlarını rekreasyonel amaçla spor yaparak değerlendiren bireyler, psikolojik açıdan bazı olumsuz durumlara karşı daha dayanıklı hale gelmekte; aynı zamanda günlük yaşamlarındaki iş ve sorumluluklarını daha yüksek enerji ve verimlilikle yerine getirebilmektedir.

1.8.2. Kampüs Rekreasyonun Sosyal Yararları

Bireyin kendini bir sosyal grubun üyesi olarak görme arzusu ve kendisine destek olacak, güven ilişkisi kurabileceği yakın arkadaşlıklar geliştirme ihtiyacı, rekreasyonel katılımın temel motivasyonları arasında yer almaktadır. Ayrıca takım içinde ortaya çıkan arkadaşlık ilişkileri ve sosyal bağlar, spor faaliyetlerinin önemli bir bileşeni olarak değerlendirilmektedir (McLean ve Hurd, 2011).

Birçok bireyin boş zamanlarını değerlendirme biçimi, sosyal etkileşimi giderek azaltmaktadır. Günümüzde insanlar, tiyatroya giderek başkalarıyla birlikte etkinlik izlemek yerine evde DVD üzerinden tek başına film izlemeyi; rekreasyon merkezlerinde grup halinde spor yapmak yerine kendi ekipmanlarıyla garaj gibi alanlarda egzersiz yapmayı; yüz yüze rekabet içeren ortamlara katılmak yerine ise bilgisayar üzerinden oyun oynamayı tercih eder hale gelmiş görünmektedirler (Russell ve Jamieson, 2008).

Üniversiteler; öğrenci, akademik ve idari personelin bir arada bulunduğu, farklı aile geçmişlerine, bölgelerine ve kültürel özelliklerine sahip bireyleri bünyesinde barındıran çok kültürlü yapılardır. Bu çeşitlilik içinde bireylerin birbirleriyle yakın ilişki ve etkili iletişim kuramaması, zamanla kişinin bulunduğu ortama yabancılaşmasına ve yalnızlık duygusu yaşamasına neden olabilir. Bu durum yalnızca öğrencilerle sınırlı olmayıp, akademisyenler de psikolojik, sosyolojik, ekonomik ve kültürel birçok sorunla karşı karşıya kalabilmektedir. Söz konusu sorunların tükenmişlik ve yalnızlık gibi boyutlara ulaştığı da ifade edilmektedir (Özdemir ve ark., 2017).

1.8.3. Kampüs Rekreasyonun Fiziksel Yararları

1980 ile 2014 yılları arasında dünya genelinde obezite görülme sıklığının iki kattan fazla arttığı bildirilmektedir. 2014 yılı verilerine göre, 18 yaş ve üzerindeki yetişkinlerin yaklaşık %39'unun (erkeklerde %38, kadınlarda %40) fazla kilolu olduğu, %13'ünün ise obez sınıfında yer aldığı belirlenmiştir. Obezite oranlarındaki bu artışın en önemli etkenlerinden biri fiziksel inaktivite olarak gösterilmektedir. Hareketsiz yaşamın yalnızca belirli bir yaş grubuna özgü olmadığı; çocukluk, gençlik ve yetişkinlik dahil olmak üzere tüm yaş dönemlerinde, farklı ırk, cinsiyet ve sosyoekonomik düzeylerde görülebildiği anlaşılmaktadır. Obezite, önlenebilir bir sağlık sorunu olarak değerlendirilmektedir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO), düzenli fiziksel aktivite yapılmasını önermekte; çocuklar için günlük 60 dakika, yetişkinler için ise haftaya yayılan toplam 150 dakikalık aktiviteyi uygun görmektedir. Günümüzde iş yaşamının giderek daha sedanter hale gelmesi, ulaşım alışkanlıklarının değişmesi ve şehirleşmenin artması fiziksel hareketsizliği artırarak obezite riskini yükseltmektedir. Bu nedenle, toplum genelinde düzenli fiziksel aktiviteyi ve sağlıklı beslenme seçeneklerini herkes için erişilebilir kılan politikaların sürdürülmesi büyük önem taşımaktadır (WHO, 2017).

Bireylerin rekreasyonel fiziksel aktiviteye katılıp katılmama yönündeki tercihleri ne olursa olsun, üniversite kampüslerinde bu tür etkinliklere yönelik imkânların mevcut olması ve kolayca erişilebilir şekilde sunulması önemli ve anlamlı bir yaklaşımdır. Bu tesislerin kampüste bulunması, öğrencilerin düzenli fiziksel aktiviteye yönelme kararlarını doğrudan etkileyebilmektedir. Üniversite altyapısının planlanmasında rekreasyonel fiziksel aktivite alanlarının konumlandırılması, öğrencilerin fiziksel aktivite alışkanlıklarıyla ilişkili bir unsur olarak değerlendirilebilir. Ayrıca bu tesislerin kampüs içindeki yerleşimi, kadın ve erkek öğrencilerin fiziksel aktivite davranışlarını farklı biçimlerde etkileyebilmektedir. Öğrencilerin belirli rekreasyonel alanlardan haberdar olmaları ise çoğu zaman kampüs içindeki konumlarına bağlı olarak değişebilmektedir. Bireylerin çevresel faktörleri nasıl algıladıkları ve bu algının fiziksel aktivite davranışlarına etkisinin daha iyi anlaşılması, üniversite kampüslerindeki yapılandırılmış çevrenin yeniden düzenlenmesine katkı sağlayabilir (King ve ark., 1995).

1.9.Türkiye'de Kampüs Rekreasyonu

Türkiye'de üniversiteler, yalnızca eğitim öğretim hizmeti sunmakla sınırlı kalmayıp aynı zamanda öğrencilerine sağlık, kültür ve spor alanlarında da hizmet sağlamakla yasal olarak yükümlüdür. Bu sorumluluk, 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu'nun 47. maddesinde açık bir şekilde düzenlenmiştir.

Söz konusu maddede, yükseköğretim kurumlarının Yükseköğretim Kurulu tarafından oluşturulan plan ve programlar doğrultusunda öğrencilerin beden ve ruh sağlığını korumak, barınma, beslenme, çalışma, dinlenme ve boş zamanlarını değerlendirme gibi sosyal ihtiyaçlarını karşılamakla görevli olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca üniversitelerin, bütçe imkânları çerçevesinde okuma salonları, yataklı sağlık merkezleri, mediko-sosyal birimler, öğrenci kantin ve lokantaları ile birlikte toplantı, sinema ve tiyatro salonları, spor tesisleri ve kamp alanları gibi imkânları oluşturması ve öğrencilerin bu hizmetlerden en iyi şekilde yararlanmasını sağlamak için gerekli önlemleri alması gerektiği de belirtilmektedir.

Üniversiteler, yasal olarak sorumlu oldukları sportif faaliyetlere ilişkin görevlerini, bünyelerinde oluşturulan SKS (Sağlık, Kültür ve Spor) birimleri, spor koordinatörlükleri, spor birlikleri ve kampüs rekreasyonu ofisleri aracılığıyla yürütmektedir. Öte yandan, ülke genelinde gerçekleştirilen üniversiteler arası spor organizasyonları ise Gençlik ve Spor Bakanlığı ile Türkiye Üniversite Sporları Federasyonu tarafından planlanmakta ve organize edilmektedir (Koçak ve Aslan, 2004; Karaküçük, 2001).

Türkiye'de kampüs rekreasyonu faaliyetleri çoğunlukla Sağlık, Kültür ve Spor Daire Başkanlıkları (SKS) tarafından yürütülmekte olup, bu kavrama ilişkin ilk kapsamlı tanımlamayı yapan kurum Eskişehir Teknik Üniversitesi olmuştur. Üniversite Senatosu'nun 7 Eylül 2021 tarihli ve 25/1 sayılı kararıyla SKS bünyesinde Kampüs Rekreasyonu Ofisi kurulmuştur. Söz konusu ofis, öğrenciler ve üniversite çalışanlarının hem fiziksel hem de ruhsal iyilik hallerini korumayı; mesleki gelişimlerini destekleyen eğitim faaliyetleri yürütmeyi; boş zamanları değerlendirmeye yönelik sosyal, kültürel, sanatsal ve sportif içerikli etkinlikleri planlayıp organize etmeyi, uygulamayı ve gerektiğinde diğer birimlerin etkinliklerine katkı sağlamayı temel amaç olarak ifade etmektedir. Bu genel amaç doğrultusunda ofisin belirlemiş olduğu alt hedefler ise şu şekilde sıralanmıştır (ESTÜ, 2024);

- Boş zamanlarda gerçekleştirilen, eğlence temelli sosyal, kültürel, sanatsal ve sportif etkinliklerin planlanmasına yönelik olarak ihtiyaçların tespit edilmesi amacıyla analiz çalışmalarının yapılması,
- Tespit edilen gereksinimler doğrultusunda, boş zamanlarda gerçekleştirilen; eğlence temelli sosyal, kültürel, sanatsal ve sportif faaliyetlerin planlanması ve uygulanmasıdır.
- Üniversite bünyesindeki farklı birimler tarafından gerçekleştirilen rekreasyon odaklı sanatsal, kültürel ve sportif faaliyetlere katkı sağlamak.

- Üniversite yerleşkesinde sosyal, kültürel, sportif ve rekreatif alanların geliştirilmesine yönelik yürütülen çalışmalara katkı sağlamak.
- Boş zaman aktivitelerinin artırılmasına yönelik öneriler geliştirmek, bu doğrultuda çeşitli etkinlikler planlamak, bu etkinliklerin sonuçlarını takip etmek ve değerlendirme sürecini yürütmek.

1.10. Dünyada Kampüs Rekreasyonu

Kampüs rekreasyonu anlayışının doğduğu ve en sistemli uygulamalarının gerçekleştirildiği bölge olarak Kuzey Amerika dikkat çekmektedir. Sportif etkinliklerin rekreasyon uygulamalarıyla bütünleşmesi, Amerika Birleşik Devletleri'nde kampüs rekreasyonu kavramının gelişiminde önemli bir rol oynamıştır (Taylor ve ark., 2003). İlk dönemlerinde mali kaynakların sınırlı olması ve fiziksel altyapının yetersizliği nedeniyle istenilen gelişim düzeyine ulaşamayan kampüs rekreasyonu, zamanla üniversite topluluğuna sağladığı katkıların daha iyi anlaşılması ve öğrenciler tarafından tercih edilen bir unsur haline gelmesiyle önemli bir ilerleme göstermiştir. 21. yüzyılın başlarından itibaren yapılan bilimsel çalışmaların konunun önemini ortaya koyması, kamu ve özel sektör desteğinin artmasına katkı sağlamış; böylece üniversitelerde kampüs rekreasyonu faaliyetlerine yönelik yatırımlar ve destekler yaygınlaşmaya başlamıştır.

Farklı ülkelerdeki üniversitelerde sunulan olanaklar ve yürütülen programlar aşağıda özetlenmiştir:

Kanada: Kanada'daki yükseköğretim kurumları, öğrencilerin ve personelin boş zamanlarını verimli değerlendirmelerine yönelik kapsamlı rekreasyon olanakları sunmaktadır. Bu kapsamda, University of British Columbia Vancouver yerleşkesinde uluslararası standartlara sahip spor ve fitness tesisleriyle dikkat çekmektedir. Benzer şekilde, McGill University tarafından yayımlanan kış dönemi rekreasyon etkinlikleri takviminde; grup fitness çalışmaları, yoga programları, eğitim kampları, rekreatif futbol, voleybol, basketbol, pickleball, badminton, buz pateni, buz hokeyi ve yüzme gibi çeşitli etkinliklere yer verilmektedir (McGill Üniversitesi, 2024).

Avustralya: Avustralya'daki yükseköğretim kurumları, öğrencilerin fiziksel aktivitelere katılımını desteklemek amacıyla kapsamlı spor ve rekreasyon olanakları sunmaktadır. Bu olanaklar arasında spor salonları, yüzme havuzları, tenis kortları ve çeşitli rekreatif alanlar yer almaktadır. Örneğin, Sydney Üniversitesi öğrencilerine gelişmiş spor altyapısına sahip bir merkez aracılığıyla hizmet vermektedir. Üniversite bünyesinde 220 adet kardiyo ve kuvvet antrenmanı ekipmanının bulunduğu iki fitness merkezi, 8 kulvarlı kapalı yüzme havuzu, 6 tenis kortu, 7 squash sahası, 4 basketbol sahası,

8 metre yüksekliğinde bir tırmanış duvarı, boks ringi ve dövüş sporlarına yönelik salonlar bulunmaktadır. Bu imkânlar sayesinde öğrenciler, modern spor tesislerinden ve çeşitli fitness programlarından yararlanabilmektedir (Sydney Üniversitesi, 2024).

Günümüzde kampüs rekreasyonuna verilen önemin bir göstergesi olarak, Amerika, Avrupa ve Avustralya'daki birçok yükseköğretim kurumunda kampüs rekreasyonu birimlerinin oluşturulduğu görülmektedir. Bu birimler, öğrencilerin yaşam kalitesini artırmayı ve bireysel gelişimlerini desteklemeyi amaçlayan faaliyetler yürütmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde kampüs rekreasyonu birimine sahip bazı üniversitelerin, yaşam kalitesi ve kişisel gelişim odaklı misyon ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

- Texas A&M Üniversitesi Rekreasyonel Sporlar Departmanı tarafından açıklanan misyon doğrultusunda, bireylerin yaşamları boyunca fiziksel olarak aktif kalmalarını ve sağlıklı yaşam alışkanlıkları geliştirmelerini destekleyen bir yaklaşım benimsendiği belirtilmektedir (Texas A&M Üniversitesi, 2024).
- University of Illinois bünyesinde faaliyet gösteren Kampüs Rekreasyonu Birimi, misyonunu öğrenciler ile üniversite topluluğunun diğer mensuplarının yaşam kalitesini geliştirmeye katkı sağlayacak rekreatif etkinlikler ve sağlıklı yaşam olanakları sunmak olarak tanımlamaktadır (Illinois Üniversitesi, 2024).
- Kampüs Rekreasyon Ofisi tarafından yapılan açıklamada, kampüs rekreasyonu faaliyetlerinin bireylerin günlük yaşamın getirdiği stresle başa çıkmalarına yardımcı olduğu ve sağlıklı yaşam alışkanlıklarının geliştirilmesini destekleyen önemli bir araç olarak değerlendirildiği ifade edilmiştir (Vanderbilt Üniversitesi, 2024).
- Utah Üniversitesi Kampüs Rekreasyon Hizmetleri, misyon ifadesinde eğitimin daha zengin hale getirilmesini, bireylerin bütüncül gelişiminin desteklenmesini ve yaşam boyu süren mutluluğun keşfedilmesini ön plana çıkarmaktadır (Utah Üniversitesi, 2024).

1.11. Sonuç ve Genel Değerlendirme

Kampüs rekreasyonu, üniversite öğrencilerinin fiziksel, sosyal ve kişisel gelişimlerine katkı sağlayan önemli bir unsurdur. Üniversite yaşamı boyunca öğrenciler yoğun akademik sorumluluklar ve farklı uyum süreçleri ile karşı karşıya kalmakta, bu durum zaman zaman stres ve yorgunluğa neden olabilmektedir. Bu noktada kampüs içerisinde sunulan rekreatif faaliyetler, öğrencilerin hem zihinsel hem de fiziksel olarak rahatlamalarına imkân

tanımaktadır. Kampüs rekreasyonuna katılım, öğrencilerin sosyal ilişkiler kurmasını ve mevcut ilişkilerini geliştirmesini de desteklemektedir. Farklı gruplarla etkileşim kurma imkânı, iletişim becerilerinin gelişmesine ve kampüs yaşamına uyumun kolaylaşmasına katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda bu faaliyetler, öğrencilerin kendilerini daha iyi ifade etmelerine ve özgüven kazanmalarına yardımcı olmaktadır. Sonuç olarak kampüs rekreasyonu, öğrencilerin yalnızca boş zamanlarını değerlendirdikleri bir alan değil, aynı zamanda çok yönlü gelişimlerini destekleyen önemli bir üniversite bileşenidir.

Kaynakça

Ammaar, S., Cebilihle, K., Fikelepi, M., Ziyanda, M., & Johannes, M. M. (2024). The role of university sport and recreation activities in academic performance of student athletes. *International leisure review,* 13(1), 49-74.

Ardahan, F. & Lapa, T. Y. (2011). "Açık alan rekreasyonu: bisiklet kullanıcıları ve yürüyüşçülerin doğa sporu yapma nedenleri ve elde ettikleri faydalar". *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi,* 8(1), 1327-1341.

Bizati, Ö., Göde, O., Köksal, N. (1999). Eğitim ve yönetim açısından kampüs rekreasyon programlarının organizasyonel etkinliğinin ölçülmesi. *Pamukkale Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Bölümü Dergisi,* 3(4):32-37.

Broughton, J. C., & Griffin, D. (1994). Collegiate intramurals: where do they go from here?. *Recreational Sports Journal*, 18(2), 10-12.

Clarke, S. G., & Haworth, J. T. (1994). 'Flow'experience in the daily lives of sixth-form college students. *British Journal of Psychology*, 85(4), 511-523.

Çorbacı, Ö.L., Gülez, S., &Topay, M. (2005). ZKÜ Merkez kampüsü ısı merkezi yolu ve çevresi peyzaj ve rekreasyon projesi, *ZKÜ Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 7(7): 34-34.

Demir, C. & Demir, N. (2006). "Bireylerin boş zaman faaliyetlerine katılmalarını etkileyen faktörler ile cinsiyet arasındaki ilişki: lisans öğrencilerine yönelik bir uygulama". *Ege Academic Review,* 6(1), 36-48.

Erçevik, B. & Önal, F. (2011). Üniversite kampüs sistemlerinde sosyal mekan kullanımları, *Magaron Dergisi*, 6(3):151-161.

Erdem, A. R. (2015) *Yükseköğretimi ve Üniversiteyi Farklılaştıran Kritik Öğe*: Akademik strateji. (Editör) Ahmet AYPAY, Türkiye'de Yükseköğretim: Alanı, Kapsamı ve Politikaları içinde (243-260), Ankara: PEGEM Akademi Yayıncılık.

ESTÜ (2024). Eskişehir Teknik Üniversitesi Kampüs Rekreasyonu Ofisi. Erişim: 20.03.2024 https://estukaro.eskisehir.edu.tr/tr/Icerik/Detay/yonergeler

Fancourt, D., Aughterson, H., Finn, S., Walker, E., & Steptoe, A. (2021). How leisure activities affect health: a narrative review and multi-level theoretical framework of mechanisms of action. *The Lancet Psychiatry,* 8(4), 329-339.

Forrester, S. (2014). The Benefits of Campus Recreation. Corvallis, OR: NIRSA. Retrieved from http://rfc.wayne.edu/mort-harris/forrester_2014-report.pdf.

Güzel, Ö., Türker, G. Ö. & Türker, A. (2014). "Bir pazarlama enstrümanı olarak rekreasyon faaliyetlerinin otellerin web sitelerinde kullanımı: antalya destinasyonunda bir araştırma". *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 5(2), 5- 18.

Huesman, R.J., Brown, A.K., Lee, G., Kellogg, J. P., & Radcliffe, P. M. (2009). Gym bags and mortarboards: Is Use of campus recreation facilities related to student success? *NASPA Journal, 46*(1), 50-71.

Hums, M. A., & MacLean, J. C. (2018). Campus Recreation. In Governance and Policy in Sport Organizations (pp. 145-171). Routledge.

Illınos Üniversitesi (2024). Campus Recreation. Erişim: 18.03.2024 https://campusrec.illinois.edu/about

Jensen, C. R. & Guthrie, S. (2006). Outdoor Recreation in America (6th ed.). Human Kinetics, Champaign, IL.

Karaküçük, S. (2001). *Rekreasyon boş zamanları değerlendirme* (4. Baskı). Gazi Kitabevi, Ankara. 38-53.

Karaküçük, S. & Akgül, B.M. (2016). *Ekorekreasyon rekreasyon ve çevre* (1. Baskı). Gazi Kitabevi, Ankara.

Kılbaş Ş. (2010). *Rekreasyon Boş Zamanı Değerlendirme*. (4. Baskı). Gazi Kitabevi, Ankara.

Kılıç, M. ve Şener, G. (2013). "Üniversite öğrencilerinin rekreasyon etkinliklerine katılımlarındaki sosyolojik etmenler ve yapısal kısıtlamalar". *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 3(3), 725-744.

King, A. C., Jeffery, R. W., Fridinger, F., Dusenbury, L., Provence, S., Hedlund, S. A., & Spangler, K. (1995). Environmental and policy approaches to cardiovascular disease prevention through physical activity: issues and opportunities. *Health education quarterly*, 22(4), 499-511.

Koçak, M.S. & Aslan, M. (2004). "Türkiye'deki üniversiteler arasındaki spor faaliyetlerinin sporcu, antrenör ve idareciler tarafından değerlendirilmesi". *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*. 9(4): 71-82.

Kozechian, H., Heidary, A., Saiah, A., & Heidary, M. (2012). Campus recreation worldwide: a literature review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(4): 132-139.

Kürkcü-Akgönül, E., Musa, M., Bozkurt, Ç., & Bayansalduz, M. (2023). Rekreatif etkinliklere katılan yetişkin bireylerde rekreasyon fayda düzeylerinin incelenmesi. *Mediterranean Journal of Sport Science* (MJSS), 6.

Lindsey, R. & Sessoms, E. (2006). "Assessment of a campus recreation program on student recruitment, retention, and frequency of participation across certain demographic variables". *Recreational Sports Journal*, 30(1), 30-39.

Luetkens, S.A. (2004). The Integration of Physical Activity and Social Youth WorkCommon Goals and Synergy Effects of Two Discrete Social System. 18-21 March. International Conference on Leisure, Tourism ve Sport-Education, Integration, Innovation, Cologne, Germany.

Mack, C.E. (2011). Impact of Recreation Centers on Two New England Campuses. School of Education Doctoral Program in Educational Leadership, Johnson & Wales University.

McGill Üniversitesi (2024). REC Activities ve Schedules. Erişim: 18.03.2024 https://macdonaldcampusathletics.ca/REC-at-a-glance.

McLean, D., & Hurd, A. (2011). Kraus' recreation and leisure in modern society. Jones & Bartlett Publishers.

Mercanoğlu, A. O., Çevik, H. & Şimşek, K. Y. (2015). "*Kampüs rekreasyonu kapsamında düzenlenen sportif rekreasyon etkinliklerinin hizmet kalitesinin değerlendirilmesi*: Anadolu Üniversitesi Örneği". III. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi, 5-7 Kasım 2015, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir. 92-102.

Metin, T.C., Kesici, M. & Kodaş, D. (2013). "Rekreasyon olgusuna akademisyenlerin yaklaşımları". *Journal of Yaşar University,* 30 (8), 5021-5048.

Miller, J. J. (2011). Impact of a university recreation center on social belonging and student retention. *Recreational sports journal*, 35(2), 117-129.

Mittelstaedt, R., Robertson, B., Russell, K., Byl, J., Temple, J., & Ogilvie, L. (2006). Unique groups. ıntoduction recreation and leisure. *Human Kinetics*, s.197-228.

Munusturlar, S. (2016). *Boş zaman ve rekreasyon kavramı*. İçinde M. A. M. (Edt.), Rekreasyon yönetimi. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir. 2-27.

NACA, (2024). About NACA. Erişim:18.03.2024. https://www.naca.org/about.html

Orel, F. D. & Yavuz, M. C. (2003). "Rekreasyonel turizmde müşteri potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir pilot çalışma". *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(11), 61-76.

Özdemir, S., Alkan, A., & Erdem, R. (2017). İş yaşamında yalnızlık ile mesleki tükenmişlik arasındaki ilişki: akademisyenler üzerine bir araştırma. *Journal of Suleyman Demirel University Institute of Social Sciences*, 29(4).

Russell, R. (2013). *Pastimes-The Context of Contemporary Leisure,* 5. Edt., II: Sagamore Publishing.

Russell, R. V., & Jamieson, L. M. (2008). *Leisure program planning and delivery*. Human Kinetics.

Sevim, E. (2024). Öğrencilerin Lisansüstü eğitim sürecinde yaşanan sorunlara yönelik görüşleri. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(2), 20-45.

Sıramkaya, S. & Çınar, K. (2012). Üniversite kampüs yerleşkelerinde ortak kullanım mekanlarının incelenmesi: selçuk üniversitesi aleaddin keykubat kampüsü örneği, *Selçuk Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 27(3):61- 72.

Strange, C. C. (2003). *Dynamics of campus environments. Student services*: A handbook for the profession, 4, 297-316.

Strange, C. C., & Banning, J. H. (2015). Designing for learning: Creating campus environments for student success (2nd ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Sydney Üniversitesi, (2024). Sport and Fitness, Our Facilities. Erişim: 18.03.2024. https://susf.com.au/our-facilities/

Taylor, H., Canning, W. F., Brailsford, P. ve Rokosz, F. (2003). "Financial issues in campus recreation". New Directions for Student Services, 103, 73-86.

Texas A&M University, (2024). Rec Sports Division of Staff. Erişim: 18.03.2024. https://recsports.tamu.edu/about-us/

Torkildsen, G. (2005). *Leisure and Recreation Management*. (5th Edition). Routledge. Taylor and Francis Group, NewYork.

Türker, M. (2019). *Rekreasyona katılımın problem çözme becerilerine etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Eskişehir.

Utah Üniversitesi, (2024). Campus Recreation Services. Erişim: 18.03.2024 https://campusrec.utah.edu/about/mission/index.php

Uzunyol, T. (2019). *The relationship between campus life and students' perception: effects of campus practices on the cultural capital of university students*. Master Thesis, Middle East Technical University, The Graduate School of Social Sciences, The Depertmant of Sociology, Ankara.

Vanderbilt Üniversitesi, (2024). Recreation and wellnes center. Erişim: 18.03.2024 https://www.vanderbilt.edu/recreationandwellnesscenter/

World Health Organization (WHO). Obesity and overweight. http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/en/, 2017.

Yeh, T. M., Pai, F. Y. & Jeng, M. Y. (2019). "The factors affecting older adults' intention toward ongoing participation in virtual reality leisure activities". *International Journal of Environmental Research And Public Health,* 16(3), 333.

Bölüm 3

Spor Kulüplerinde Dijital İtibar Yönetimi ve Kriz İletişimi Stratejileri

Cahit Akkaya[1]

Özet

Spor kulüplerinde iletişim yapısı, dijitalleşme süreciyle birlikte önemli bir dönüşüm geçirmektedir. Kurumsal kimlik unsurlarının dijital platformlara taşınması, taraftarlarla kurulan etkileşimin niteliğini değiştirmekte ve kulüplerin görünürlük alanını genişletmektedir. Bu bağlamda sosyal medya ağları, resmî web siteleri ve dijital içerik mecraları, spor kulüplerinin temel iletişim kanalları hâline gelmektedir.

Taraftar davranışları, dijital ortamların etkileşim temelli yapısı içinde daha görünür ve etkili bir konuma gelmektedir. Taraftarların içerik üretimine katılması, yorum yapması ve paylaşımda bulunması, kulüp algısının kolektif biçimde oluşmasına katkı sağlamaktadır. Bu süreç, iletişim akışının tek yönlü yapısını dönüştürerek çok aktörlü bir iletişim modeli ortaya çıkarmaktadır.

Kriz iletişimi ve dijital itibar yönetimi süreçleri, spor kulüplerinin iletişim stratejilerinde belirleyici bir konumda yer almaktadır. Özellikle kriz anlarında hızlı bilgi akışı, şeffaflık ve tutarlı mesaj üretimi, kurumsal güvenin korunmasında önemli rol üstlenmektedir. Dijital platformların hız temelli yapısı, bu süreçlerin daha dikkatli ve planlı biçimde yürütülmesini gerektirmektedir.

Sonuç olarak spor kulüplerinin iletişim yapısı, dijital dönüşümle birlikte çok aktörlü, hızlı ve sürekli güncellenen bir sisteme dönüşmüştür. Bu sistem, kurumsal kimliğin korunması ile birlikte taraftar ilişkilerinin yönetilmesini de kapsayan bütüncül bir yaklaşım gerektirmektedir.

1 Öğr. Gör. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Gökçeada Meslek Yüksekokulu
cahit.akkaya@comu.edu.tr, 0000-0001-9674-1580

https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1371.c5562

Dijital İtibar Kavramının Kuramsal Çerçevesi

Dijital itibar, bireylerin, kurumların ya da markaların dijital ortamda üretilen içerikler, etkileşimler ve kullanıcı geri bildirimleri üzerinden oluşan algısal bütünlüğü ifade etmektedir. Bu kavram, klasik itibar yönetimi yaklaşımlarının dijitalleşme süreciyle birlikte dönüşmesi sonucunda akademik literatürde daha görünür hâle gelmiştir. Özellikle sosyal medya platformları, çevrim içi haber mecraları ve kullanıcı üretimli içerik alanları, itibarın oluşum sürecini hızlandırmakta ve çok aktörlü bir yapıya dönüştürmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2010).

Kuramsal açıdan dijital itibar, sosyal biliş kuramı ve iletişim kuramları çerçevesinde ele alınmaktadır. Bireylerin ve kurumların çevrim içi ortamlarda bıraktıkları izler, diğer kullanıcıların algı süreçlerini şekillendirmekte ve kolektif bir değerlendirme mekanizması oluşturmaktadır. Bu durum, itibarın statik bir özellik olmaktan çıkarak sürekli güncellenen dinamik bir yapı kazanmasına yol açmaktadır (Fombrun ve Van Riel, 2004). Dijital ortamların etkileşim temelli yapısı, itibarın oluşumunda kontrol mekanizmalarını zayıflatmakta, kullanıcı katılımını belirleyici bir faktör hâline getirmektedir.

Dijital itibar yönetimi literatüründe çevrim içi görünürlük önemli bir belirleyici olarak kabul edilmektedir. Arama motorları, sosyal medya paylaşımları ve çevrim içi yorumlar, birey ya da kurum hakkında oluşan genel yargının temel kaynaklarını oluşturmaktadır. Bu bağlamda itibar, bilgi akışının hızına bağlı olarak kısa süre içinde değişebilmekte ve kriz durumlarına açık bir yapı sergilemektedir (Kietzmann ve diğerleri, 2011). Özellikle kullanıcı üretimli içeriklerin kontrolsüz biçimde yayılması, itibarın kırılganlığını artırmaktadır.

Kuramsal çerçevede dijital itibar, marka iletişimi ve kurumsal iletişim disiplinleri ile de doğrudan ilişkilidir. Kurumların dijital platformlarda sergiledikleri iletişim stratejileri, paydaşların güven düzeyini ve bağlılık algısını etkilemektedir. Bu süreç, paydaş teorisi ile birlikte değerlendirildiğinde, itibarın çok boyutlu bir etkileşim alanı içinde şekillendiği görülmektedir (Freeman, 2010). Paydaşların aktif rolü, itibarın tek yönlü bir kontrol alanı olmaktan çıkmasına neden olmaktadır.

Spor Kulüplerinde Kurumsal Kimlik ve Dijital Temsil Süreçleri

Spor kulüplerinde kurumsal kimlik, kulübün tarihsel sürekliliği, değer sistemi, görsel sembolleri ve iletişim pratiği üzerinden inşa edilen bütüncül bir yapıyı ifade etmektedir. Bu yapı, taraftar algısını, medya temsillerini ve paydaş ilişkilerini yönlendiren temel bir çerçeve işlevi görmektedir. Logo, renkler, armalar, sloganlar ve ritüeller kurumsal kimliğin görünür unsurlarını

oluşturmakta ve aidiyet duygusunun sürekliliğini desteklemektedir (Balmer, 2001).

Dijitalleşme süreciyle birlikte spor kulüplerinin kurumsal kimliklerini aktarma biçimleri dönüşüm geçirmiştir. Sosyal medya platformları, resmî web siteleri ve dijital içerik kanalları, kulüplerin kimlik unsurlarını geniş kitlelere ulaştıran temel iletişim ortamları hâline gelmiştir. Bu ortamlar, kulüplerin sportif performans üzerinden değerlendirildiği geleneksel anlayışın yanında dijital görünürlük, etkileşim düzeyi ve içerik üretim kapasitesinin de önemli bir değerlendirme alanı oluşturmasına yol açmaktadır (Pegoraro, 2010).

Dijital temsil süreçleri, spor kulüplerinin marka yönetimi stratejileriyle doğrudan bağlantılı bir yapı sergilemektedir. Kulüpler, dijital içerik üretimi aracılığıyla taraftar katılımını artırmakta, duygusal bağları güçlendirmekte ve küresel ölçekte görünürlük sağlamaktadır. Görsel tasarım, anlatı dili ve etkileşim stratejileri, kurumsal kimliğin dijital ortama aktarılmasında belirleyici bir rol üstlenmektedir (Boyle, 2009).

Spor kulüplerinin dijital temsil pratikleri, spor endüstrisinin ekonomik yapısı ile de ilişkilidir. Dijital platformlar üzerinden geliştirilen iletişim stratejileri, marka değerinin yükselmesine ve sponsorluk ilişkilerinin genişlemesine katkılar sunmaktadır. Bu durum, spor kulüplerinin sportif organizasyon kimliğinin yanında küresel ölçekte marka aktörleri olarak konumlanmasına zemin hazırlamaktadır.

Dijital Platformların Spor Kulüplerine Etkisi

Dijital platformlar, spor kulüplerinin iletişim, pazarlama ve taraftar ilişkileri süreçlerini yeniden yapılandıran temel unsurlar arasında yer almaktadır. Sosyal medya ağları, video paylaşım sistemleri ve resmi dijital mecralar, kulüplerin bilgi yayılım hızını artırmakta ve küresel ölçekte görünürlük sağlamaktadır. Bu durum, spor kulüplerinin geleneksel medya bağımlılığını azaltarak doğrudan iletişim kurabilen aktörler hâline gelmesine katkı sunmaktadır (Pegoraro, 2010).

Dijital platformların etkisi, taraftar etkileşimi bağlamında belirgin biçimde ortaya çıkmaktadır. Kulüpler, sosyal medya üzerinden gerçekleştirdikleri içerik paylaşımlarıyla taraftar katılımını artırmakta, duygusal bağlılığı güçlendirmekte ve topluluk hissini pekiştirmektedir. Bu süreç, taraftarların izleyici konumundan çıkarak içerik üretim sürecine dolaylı katılım göstermesini mümkün kılmaktadır (Filo, Lock ve Karg, 2015).

Spor kulüplerinin dijital platformlardaki varlığı, marka yönetimi açısından stratejik bir değer taşımaktadır. Dijital içeriklerin çeşitlenmesi, kulüplerin

marka kimliğini güçlendirmekte ve sponsorluk ilişkilerinin genişlemesine imkân tanımaktadır. Bu bağlamda dijital ortamlar, ekonomik sürdürülebilirlik açısından önemli bir iletişim ve pazarlama alanı oluşturmaktadır (Keller, 2013).

Dijital platformlar öte yandan kriz iletişimi süreçlerinde belirleyici bir rol üstlenmektedir. Spor kulüpleri, olası kriz durumlarında sosyal medya aracılığıyla hızlı bilgi akışı sağlayarak kamuoyu algısını yönetmeye çalışmaktadır. Ancak kontrolsüz bilgi dolaşımı, yanlış bilgilendirme riskini de artırmaktadır. Bu durum, dijital ortamların hem fırsat hem de risk barındıran bir yapı sergilediğini göstermektedir (Abeza, O'Reilly ve Reid, 2013).

Dijital İtibar Yönetimi Süreçleri ve Stratejik Yaklaşımlar

Dijital itibar yönetimi, bireylerin ve kurumların çevrim içi ortamlarda oluşan algılarını planlı biçimde izleme, analiz etme ve yönlendirme süreçlerini içeren çok katmanlı bir yapı olarak değerlendirilmektedir. Bu yapı; sosyal medya ağları, arama motorları ve dijital haber mecralarında oluşan içeriklerin bütüncül biçimde ele alınmasını gerektirmektedir. Dijital ekosistemin hız temelli yapısı, itibarın sabit bir özellik olmaktan çıkarak sürekli yeniden üretilen bir olguya dönüşmesine neden olmaktadır (Chun ve Davies, 2006).

Süreçsel açıdan dijital itibar yönetimi, veri izleme ve çevrim içi dinleme uygulamaları ile başlamaktadır. Kurumlar, dijital ortamda oluşan içerikleri analiz ederek riskli eğilimleri belirlemekte ve olası itibar kayıplarını önlemeye yönelik stratejiler geliştirmektedir. Bu aşamada büyük veri analitiği ve sosyal medya izleme araçları, karar alma süreçlerini destekleyen önemli araçlar olarak öne çıkmaktadır (Zhang ve Vos, 2014).

Stratejik yaklaşım boyutunda içerik üretimi ve içerik yönetimi belirleyici bir rol üstlenmektedir. Kurumlar, hedef kitlelerin beklentilerine uygun içerikler oluşturarak dijital görünürlüklerini güçlendirmektedir. Bu süreç, kurumsal mesajların tutarlılığı ve sürekliliği ile doğrudan ilişkilidir. Aynı zamanda içeriklerin görsel ve metinsel uyumu, dijital ortamda algı inşasını etkileyen temel unsurlar arasında yer almaktadır (Mangold ve Faulds, 2009).

Dijital itibar yönetimi kapsamında kriz iletişimi stratejileri kritik bir öneme sahiptir. Sosyal medya ortamlarında bilginin hızlı yayılımı, krizlerin kısa sürede büyümesine zemin hazırlamaktadır. Bu nedenle kurumların şeffaf, hızlı ve koordineli iletişim yürütmesi gerekmektedir. Kriz sonrası toparlanma süreçlerinde doğru mesaj yönetimi, itibarın yeniden inşasında belirleyici olmaktadır (Coombs, 2007).

Bilbil ve Güler (2017)'e göre, Kurumsal itibar yönetiminde, temel kavramlardan biri de paydaş kavramıdır. Bir örgütün paydaşı örgütün

faaliyetlerinden fayda sağlayan ya da zarar gören birey ya da gruplar olarak tanımlanmaktadır. Paydaşlar; örgütten kısa sürede ve doğrudan etkilenen ve dolaylı olarak uzun sürede etkilenen şeklinde kategorize edilebilmektedir. Doğrudan etkilenen paydaşlar, hem örgütten hem de birbirlerinden etkilenen müşteriler, çalışanlar ve tedarikçilerdir (Bilbil ve Güler, 2017).

Paydaş temelli yaklaşım, dijital itibar yönetiminin stratejik çerçevesini tamamlayan bir diğer bileşendir. Farklı paydaş gruplarının beklenti ve geri bildirimleri, dijital iletişim stratejilerinin şekillenmesinde etkili olmaktadır. Bu yapı, itibarın tek yönlü bir kontrol alanı olmaktan çıkarak etkileşim temelli bir sürece dönüşmesini sağlamaktadır (Hanna, Rohm ve Crittenden, 2011).

Kriz İletişimi Kavramı ve Spor Organizasyonlarına Yansımaları

Kriz iletişimi, örgütlerin beklenmedik ve olumsuz gelişmeler karşısında paydaşlarla kurduğu bilgi akışını planlı, hızlı ve koordineli biçimde yönetme sürecini ifade etmektedir. Bu süreç, olayın duyurulmasıyla sınırlı kalmamakta; algı yönetimi, güvenin korunması ve kurumsal itibarın sürdürülebilirliği gibi çok boyutlu hedefleri kapsamaktadır. Kriz dönemlerinde iletişimin niteliği, örgütün meşruiyet algısını doğrudan etkileyen temel bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Coombs, 2007).

Spor organizasyonlarında kriz iletişimi, rekabetin yoğunluğu ve kamu görünürlüğünün yüksekliği nedeniyle daha karmaşık bir yapı sergilemektedir. Maç içi olaylar, hakem kararları, taraftar davranışları, doping vakaları ve yönetimsel sorunlar gibi durumlar, spor organizasyonlarını krizlere açık hâle getirmektedir. Bu tür durumlarda zamanında ve doğru bilgilendirme, hem taraftar tepkilerini hem de medya söylemini yönlendiren kritik bir işlev üstlenmektedir (Stoldt, Dittmore ve Branvold, 2006).

Dijital medyanın yaygınlaşması, kriz iletişiminin doğasını önemli ölçüde dönüştürmüştür. Sosyal medya platformları üzerinden bilgi akışının hızlanması, krizlerin kısa sürede geniş kitlelere ulaşmasına neden olmaktadır. Bu durum, spor organizasyonlarının geleneksel medya açıklamalarının yanında dijital kanalları da aktif biçimde kullanmasını gerekli kılmaktadır. Özellikle resmi sosyal medya hesapları, kriz anlarında doğrudan iletişim kurma imkânı sunmaktadır (Abeza ve diğerleri, 2021).

Spor organizasyonlarında kriz iletişimi öte yandan, itibar yönetimi ile de doğrudan ilişkilidir. Kriz sürecinde kullanılan dil, açıklamaların şeffaflık düzeyi ve verilen tepkilerin zamanlaması, kamuoyu algısının şekillenmesinde belirleyici olmaktadır.

Kuramsal açıdan değerlendirildiğinde spor organizasyonlarında kriz iletişimi, paydaş teorisi ve iletişim uyum modelleri ile açıklanabilmektedir. Taraftarlar, medya kuruluşları, sponsorlar ve sporcular gibi farklı paydaş gruplarının beklentileri, kriz iletişimi stratejilerinin çok yönlü biçimde tasarlanmasını zorunlu kılmaktadır. Bu yapı, spor organizasyonlarını dinamik ve etkileşim temelli bir iletişim sistemine dönüştürmektedir.

Spor Kulüplerinde Kriz Türleri ve Dijital Ortamda Yayılım Dinamikleri

Spor kulüplerinde kriz türleri, örgütsel yapının çok boyutlu niteliği ve yüksek kamu görünürlüğü nedeniyle farklı kategorilerde ortaya çıkmaktadır. Yönetimsel krizler, finansal sorunlar, sportif başarısızlık dönemleri, transfer süreçlerinde yaşanan uyuşmazlıklar ve etik ihlaller bu kapsamda değerlendirilmektedir. Taraftar davranışlarına bağlı gelişen olaylar ile stadyum güvenliği kaynaklı problemler de kriz sınıflandırmalarında önemli bir yer tutmaktadır (Stoldt, Dittmore ve Branvold, 2006).

Sportif krizler, kulüplerin kurumsal algısını doğrudan etkileyen süreçler üretmektedir. Performans düşüşleri, teknik kadro değişiklikleri ve yönetimsel istikrarsızlıklar, taraftar memnuniyetini azaltmakta ve iletişim baskısını artırmaktadır. Bu durum, kulüplerin hem iç organizasyon yapısını hem de dış paydaşlarla kurduğu ilişkileri etkileyen sonuçlar doğrurabilmektedir.

Dijital ortamlar, spor kulüplerinde krizlerin yayılım hızını belirleyen temel faktörler arasında yer almaktadır. Sosyal medya platformları ve kullanıcı üretimli içerik alanları, krizlere ilişkin bilgilerin kısa sürede geniş kitlelere ulaşmasına imkân tanımaktadır. Doğrulanmamış içeriklerin hızla yayılması, algı yönetimini zorlaştırmakta ve krizlerin kontrol edilmesini daha karmaşık hâle getirmektedir (Abeza ve diğerleri, 2021).

Dijital yayılım süreçleri, etkileşim temelli bir bilgi akışı üzerinden ilerlemektedir. Kullanıcılar içerikleri yeniden üretmekte, yorumlamakta ve paylaşmaktadır. Bu süreç, spor kulüplerinin kriz iletişiminde hızlı müdahale, şeffaf bilgilendirme ve çok kanallı iletişim stratejileri geliştirmesini gerekli kılmaktadır (Coombs, 2007).

Sosyal medya algoritmaları, kriz içeriklerinin görünürlüğünü artırarak gündem oluşumunu hızlandırmaktadır. Popülerleşen içeriklerin daha fazla kullanıcıya ulaşması, krizlerin etkisini kısa sürede genişletmektedir. Bu yapı, spor kulüplerinin iletişim dijital görünürlük mekanizmaları üzerinden de tasarlamasını zorunlu kılmaktadır (Sanderson, 2013).

Kriz Anında İletişim Yönetimi ve Müdahale Stratejileri

Kriz anında iletişim yönetimi, örgütlerin beklenmeyen ve olumsuz gelişmeler karşısında bilgi akışını düzenleme, paydaşlarla etkileşimi sürdürme ve kurumsal itibarı koruma amacıyla yürüttüğü planlı süreçleri ifade etmektedir. Bu süreç, krizin ortaya çıkmasıyla birlikte hızlı karar alma, doğru bilgilendirme ve iletişim kanallarının etkin kullanımı üzerine kurulmaktadır. Kriz iletişiminin başarısı, örgütün güvenilirlik algısını doğrudan etkilemektedir (Coombs, 2007).

Kriz anında müdahale stratejileri, olayın niteliğine göre farklılaşan iletişim modelleri üzerinden şekillenmektedir. Bilgilendirme stratejileri, kamuoyuna doğru ve zamanında veri aktarımını hedeflemektedir. Duygusal dengeyi korumaya yönelik stratejiler, paydaşların algısını yönetmeye ve panik durumunu azaltmaya odaklanmaktadır. Bu yaklaşım, kriz sürecinin kontrol altına alınmasında temel bir işlev üstlenmektedir.

Spor organizasyonlarında kriz anı iletişimi, yüksek görünürlük ve hızlı bilgi yayılımı nedeniyle daha hassas bir yapı sergilemektedir. Taraftar tepkileri, medya yoğunluğu ve sosyal medya etkileşimi, krizlerin etkisini kısa sürede artırabilmektedir. Bu nedenle kulüplerin iletişim birimleri, anlık açıklama yapma kapasitesine sahip olmakta ve çok kanallı iletişim sistemlerini kullanmaktadır (Stoldt, Dittmore ve Branvold, 2006).

Dijital platformlar, kriz anında iletişim yönetimini hızlandıran ve aynı zamanda karmaşıklaştıran bir yapı oluşturmaktadır. Sosyal medya üzerinden yayılan içerikler, kontrol edilmesi güç bir bilgi akışı yaratmakta; doğrulanmamış haberler kamuoyu algısını etkileyebilmektedir. Bu durum, resmî açıklamaların zamanlamasını ve içeriğini stratejik açıdan daha önemli hâle getirmektedir (Abeza ve diğerleri, 2021).

Kriz müdahale stratejileri kapsamında şeffaflık, tutarlılık ve hızlı geri bildirim temel ilkeler arasında yer almaktadır. Kurumların kriz anında sergilediği iletişim dili, uzun vadeli itibar yönetimi açısından belirleyici olmaktadır. Yanlış veya gecikmiş açıklamalar, güven kaybını artırabilmektedir (Ulmer, Sellnow ve Seeger, 2022).

Spor Kulüplerinde Dijital Kriz Sonrası İtibar Onarımı

Taraftar davranışları, spor kulüplerinin kurumsal, ekonomik ve kültürel yapısını doğrudan etkileyen çok katmanlı bir olgu olarak değerlendirilmektedir. Taraftarlar, kulüplerle kurdukları duygusal bağ üzerinden yönetim kararları, medya temsilleri ve kurumsal kimlik unsurları hakkında da anlam üretmektedir. Bu durum, taraftarlığın izleyici konumundan etkileşim üreten bir aktörlüğe doğru evrildiğini göstermektedir (Giulianotti, 2002).

Dijital platformların yaygınlaşması, taraftar davranışlarının görünürlük düzeyini belirgin biçimde artırmıştır. Sosyal medya ağları, taraftarların görüşlerini anlık biçimde paylaşabildiği, kolektif etkileşimlerin hızlı biçimde oluştuğu alanlar hâline gelmiştir. Bu yapı, taraftar topluluklarının örgütlenme biçimlerini dönüştürmekte ve kulüplerle kurulan iletişimi daha doğrudan bir forma taşımaktadır (Sanderson, 2013).

Dijital algı yönetimi, spor kulüplerinin taraftar tepkilerini anlamlandırma, yönlendirme ve dengeleme amacıyla geliştirdiği stratejik bir iletişim alanını ifade etmektedir. Kulüpler, sosyal medya içerikleri üzerinden duygusal bağ kurmakta, kurumsal mesajları yaymakta ve kamuoyu desteğini sürdürmeye yönelik iletişim faaliyetleri yürütmektedir. Bu süreç, içerik üretimi ile etkileşim yönetiminin birlikte ele alınmasını gerektirmektedir (Pegoraro, 2010).

Taraftar davranışlarının dijital ortamda yayılımı, bilgi akışının hızlanması ve kullanıcı üretimli içeriklerin çoğalması ile daha karmaşık bir yapıya dönüşmektedir. Paylaşımlar, yorumlar ve etiketleme pratikleri, kulüp algısının kısa sürede geniş kitlelere ulaşmasına neden olmaktadır. Bu nedenle kulüplerin dijital iletişim stratejilerini planlı ve çok yönlü biçimde yürütmesi önem taşımaktadır (Abeza ve diğerleri, 2021).

Dijital algı yönetimi, kriz iletişimi süreçleriyle doğrudan bağlantılı bir yapı sergilemektedir. Performans düşüşleri ya da yönetimsel tartışmalar dönemlerinde taraftar tepkileri yoğunlaşmakta, bu durum kulüplerin iletişim stratejilerinde yeniden düzenleme ihtiyacı doğurmaktadır. Şeffaflık, süreklilik ve etkileşim odaklı iletişim yaklaşımı, algının dengelenmesinde belirleyici rol üstlenmektedir (Filo, Lock ve Karg, 2015).

SONUÇ

Spor kulüplerinde iletişim, kriz yönetimi ve dijital temsil süreçleri birlikte değerlendirildiğinde, kurumsal yapıların dijital görünürlük ve etkileşim kapasitesi üzerinden de şekillendiği görülmektedir. Kurumsal kimlik, taraftar davranışları ve dijital platformlar arasındaki etkileşim, kulüp algısının sürekli yeniden üretilmesine zemin hazırlamaktadır.

Dijitalleşme süreci, spor kulüplerinin paydaşlarla kurduğu iletişimi hızlandırmakta ve çok yönlü bir yapıya dönüştürmektedir. Bu yapı içerisinde kriz anları daha görünür hâle gelmekte, bilgi akışı daha hızlı yayılmakta ve algı yönetimi daha stratejik bir nitelik kazanmaktadır. Taraftarların aktif katılımı, kulüp iletişiminin yönünü belirleyen önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır.

Kriz iletişimi, dijital itibar yönetimi ve algı süreçleri birlikte ele alındığında, spor kulüplerinin sürdürülebilir bir iletişim stratejisine ihtiyaç duyduğu

anlaşılmaktadır. Şeffaflık, hızlı müdahale ve tutarlı mesaj üretimi, kurumsal güvenin korunmasında belirleyici rol üstlenmektedir. Dijital ortamların etkileşimli yapısı, bu süreçlerin daha dinamik biçimde yürütülmesini gerekli kılmaktadır.

Sonuç olarak spor kulüplerinin iletişim yapısı, dijital dönüşümle birlikte çok aktörlü, hızlı ve sürekli güncellenen bir sisteme dönüşmüştür. Bu sistem, kurumsal kimliğin korunması ile birlikte taraftar ilişkilerinin yönetilmesini de kapsayan bütüncül bir yaklaşım gerektirmektedir.

Kaynakça

Abeza, G., O'Reilly, N., & Reid, I. (2013). Relationship marketing and social media in sport. *International Journal of Sport Communication*, *6*(2), 120-142.

Abeza, G., O'reilly, N., Sanderson, J., & Frederick, E. (Eds.). (2021). *Social media in sport: Theory and practice* (Vol. 2). World Scientific.

Balmer, J. M. (2001). Corporate identity, corporate branding and corporate marketing-Seeing through the fog. *European journal of marketing*, *35*(3-4), 248-291.

Bilbil, E. K., & Güler, Ş. (2017). Dijital ortamda kurumsal itibar yönetimi ve viral uygulamalar ilişkisi. *Global Media Journal TR Edition*, *7*(14), 379-402.

Boyle, R. (2009). *Power play: Sport, the media and popular culture*. Edinburgh University Press.

Chun, R., & Davies, G. (2006). The influence of corporate character on customers and employees: exploring similarities and differences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *34*(2), 138-146.

Coombs, W. T. (2007). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*. Sage.

Filo, K., Lock, D., & Karg, A. (2015). Sport and social media research: A review. *Sport management review*, *18*(2), 166-181.

Fombrun, C. J., & Van Riel, C. B. (2004). *Fame & fortune: How successful companies build winning reputations*. FT press.

Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press..

Giulianotti, R. (2002). Supporters, followers, fans, and flaneurs: A taxonomy of spectator identities in football. *Journal of sport and social issues*, *26*(1), 25-46.

Hanna, R., Rohm, A., & Crittenden, V. L. (2011). We're all connected: The power of the social media ecosystem. *Business horizons*, *54*(3), 265-273.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, *53*(1), 59-68.

Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Pearson Education. *Inc., New Jersey*.

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, *54*(3), 241-251.

Pegoraro, A. (2010). Look who's talking—Athletes on Twitter: A case study. *International journal of sport communication*, *3*(4), 501-514.

Sanderson, J. (2013). From loving the hero to despising the villain: Sports fans, Facebook, and social identity threats. *Mass Communication and Society*, *16*(4), 487-509.

Stoldt, G. C., Dittmore, S. W., & Branvold, S. E. (2006). *Sport public relations: managing organizational communication* (pp. ix+-365).

Ulmer, R. R., Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. (2022). *Effective crisis communication: Moving from crisis to opportunity*. Sage Publications.

Bölüm 4

Instagram Çağında Spor Turizmi: Görsel Tüketim ve Deneyim Arayışının Dönüşümü

Günseli Duman[1]

Özet

Spor turizmi, dijital görsel kültürün yaygınlaşmasıyla birlikte fiziksel katılım temelli bir etkinlik alanından çıkarak görsel temsil ve etkileşim odaklı bir yapıya dönüşmektedir. Instagram ekosistemi, turistik deneyimin paylaşılabilirlik ve görünürlük üzerinden anlam kazandığı bir ortam oluşturarak destinasyon algısının yeniden inşa edilmesine zemin hazırlamaktadır. Bu süreçte kullanıcı üretimli içerikler, destinasyon imajının oluşumunda belirleyici bir rol üstlenmekte; kurumsal tanıtım faaliyetleri ile bireysel paylaşımlar birlikte kolektif bir algı yapısı üretmektedir. Sosyal onay mekanizmaları ve influencer kültürü, tüketim tercihlerini etkileyen önemli unsurlar arasında yer almakta; beğeni, yorum ve etkileşim göstergeleri karar süreçlerini yönlendirmektedir. Buna paralel olarak spor turizmi alanları, görsel estetik ve dijital görünürlük kriterleri doğrultusunda yeniden tasarlanan mekânlara dönüşmektedir. Otantiklik ve temsili deneyim arasındaki gerilim belirginleşmekte, deneyim hem yaşanan hem de dijital ortamda yeniden kurgulanan bir nitelik kazanmaktadır. Son aşamada algoritmik görünürlük, destinasyonların dijital platformlardaki erişimini belirleyen temel bir yapı olarak öne çıkmaktadır.

Mevcut bölüm kapsamında spor turizmi ile ilgili olarak, dijital platformlar ve görsel kültürün etkileşimi içinde sürekli dönüşen, çok katmanlı bir deneyim ve temsil alanı olarak şekillendiği söylenebilir.

1 Dr. Öğr. Üyesi Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Didim Meslek Yüksekokulu, 0000-0003-3549-3565, gduman@adu.edu.tr

https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1371.c5563

1. Dijital Görsel Kültürün Yükselişi ve Spor Turizminin Dönüşümü

Dijital görsel kültür, çağdaş turizm çalışmalarında mekânın algılanma ve deneyimlenme biçimlerini dönüştüren temel yapısal dinamiklerden biri olarak ele alınmaktadır. Sosyal medya platformlarının yaygınlaşması, turistik deneyimin fiziksel gerçekleşme düzleminin ötesine geçerek görsel temsiller aracılığıyla yeniden üretilen bir anlam alanına taşınmasına neden olmuştur. Bu bağlamda Instagram, spor turizmi destinasyonlarının estetik ve temsili kodlar üzerinden yeniden kurgulandığı önemli bir dijital ortam olarak değerlendirilmektedir.

Görsel kültür yaklaşımı, görsellerin yalnızca temsil araçları olmadığını, aynı zamanda anlam üretimini yönlendiren yapılar olduğunu ortaya koymaktadır. Kress ve van Leeuwen (2020)'in görsel gramer yaklaşımı, görsel öğelerin kompozisyon, bakış açısı ve çerçeveleme gibi unsurlar aracılığıyla anlam inşa ettiğini vurgulamaktadır (Kress ve van Leeuwen, 2020). Turizm bağlamında bu durum, destinasyonların belirli estetik düzenlemeler ve görsel kodlar üzerinden yeniden anlamlandırılması sonucunu doğurmaktadır (Urry ve Larsen, 2011).

Spor turizmi açısından bakıldığında, dijital görsel kültürün yükselişi spor etkinliklerinin küresel ölçekte görünürlüğünü artıran bir mekanizma olarak işlev görmektedir. Büyük ölçekli spor organizasyonları, sosyal medya aracılığıyla paylaşılan görseller sayesinde yalnızca katılımcılara değil geniş bir dijital izleyici kitlesine de ulaşmaktadır. Bu süreç, spor turizmini fiziksel katılım ile dijital izleme pratiklerinin iç içe geçtiği hibrit bir deneyim alanına dönüştürmektedir (Higham ve Hinch, 2010).

Instagram ekosistemi, kullanıcı üretimli içeriklerin merkezi bir rol oynadığı bir yapı sunmaktadır. Turistlerin ve katılımcıların ürettiği görseller, destinasyon imajının kurumsal tanıtım stratejilerinden bağımsız olarak yeniden inşa edilmesine katkı sağlamaktadır. Bu durum, sosyal medya temelli görsel hikâye anlatımı ve çok kipli temsil biçimleri ile açıklanmaktadır (Lo ve diğerleri, 2011). Kullanıcı içerikleri, spor turizmi destinasyonlarının kolektif biçimde inşa edilen bir imajına dönüşmesine zemin hazırlamaktadır.

Dijital görsel kültür aynı zamanda turistik deneyimin önceden yapılandırılmasına etki etmektedir. Bireyler, seyahat kararlarını büyük ölçüde daha önce karşılaştıkları görsel içerikler üzerinden şekillendirmekte ve deneyimi bu görsel beklenti çerçevesine göre organize etmektedir. Bu durum, turistik deneyimin üretim ve tüketim döngüsünün görsel temsiller aracılığıyla yeniden kurulduğunu göstermektedir (Larsen, 2008).

2. Instagram Ekosistemi ve Deneyim Ekonomisinin Spor Turizmine Yansıması

Instagram ekosistemi, deneyim ekonomisinin dijitalleşme sürecinde önemli bir dönüşüm alanı oluşturarak spor turizminin üretim ve tüketim biçimlerini yeniden yapılandırmaktadır. Pine ve Gilmore'un ortaya koyduğu deneyim ekonomisi yaklaşımı, ekonomik değerin artık ürün veya hizmetten ziyade yaşantılanan deneyim üzerinden üretildiğini vurgulamaktadır (Pine & Gilmore, 1999). Bu çerçevede Instagram, deneyimin yalnızca yaşanmasına değil, aynı zamanda görsel olarak sergilenmesine ve dolaşıma sokulmasına aracılık eden bir platform olarak işlev görmektedir.

Spor turizmi bağlamında deneyim, saha içi etkinliklerin ötesine geçerek dijital ortamda yeniden üretilebilen çok katmanlı bir yapıya dönüşmektedir. Katılımcılar, spor etkinliklerini yalnızca izleyen veya deneyimleyen aktörler olmaktan çıkarak, aynı zamanda bu deneyimi belgeleyen ve paylaşan içerik üreticilerine dönüşmektedir. Bu durum, deneyimin ekonomik değerinin sosyal medya etkileşimi üzerinden yeniden tanımlanmasına yol açmaktadır (Buhalis ve Foerste, 2014).

Instagram'ın görsel merkezli yapısı, spor turizmi deneyimlerinin estetikleştirilmesini teşvik etmektedir. Mekânlar, etkinlikler ve katılımcı performansları, platformun algoritmik görünürlük mantığına uygun biçimde çerçevelenmekte ve paylaşılmaktadır. Bu süreç, deneyimin algısal boyutunu güçlendirirken aynı zamanda turistik tercihlerin oluşumunda görsel içeriklerin belirleyici hale gelmesini sağlamaktadır (Hudson ve Thal, 2013).

Deneyim ekonomisi içinde Instagram, yalnızca bir paylaşım aracı değil, aynı zamanda deneyimin planlanma aşamasını etkileyen bir referans alanı olarak da değerlendirilmektedir. Bireyler, spor turizmi destinasyonlarına yönelik kararlarını çoğu zaman platformda karşılaştıkları içeriklere dayandırmakta, bu içerikler aracılığıyla beklenti ve motivasyon geliştirmektedir. Böylece deneyim, gerçekleşmeden önce görsel temsiller aracılığıyla şekillenmektedir (Tussyadiah ve Fesenmaier, 2009). Ayrıca Instagram ekosistemi, kullanıcı üretimli içerikler aracılığıyla kolektif bir deneyim alanı oluşturmaktadır. Bu durum, spor turizmi destinasyonlarının kurumsal pazarlama faaliyetlerinin ötesinde, kullanıcı etkileşimleriyle sürekli yeniden üretilen bir imaj yapısına dönüşmesini sağlamaktadır. Deneyim ekonomisi perspektifinden bakıldığında bu yapı, değerin yalnızca tüketim anında değil, paylaşım ve etkileşim süreçlerinde de üretildiğini göstermektedir.

3. Spor Turizminde Görsel Temsil, Algı ve Beklenti İnşası

Spor turizminde görsel temsil süreçleri, destinasyonların ve etkinliklerin algılanma biçimlerini belirleyen temel faktörlerden biri olarak ele alınmaktadır. Dijital platformlarda üretilen görseller, spor turizmi deneyiminin anlamlandırılmasını yönlendiren güçlü birer iletişim aracı niteliği taşımaktadır. Bu görseller, izleyici kitlesinin zihninde belirli bir destinasyona ilişkin imajın oluşumunu yapılandırmaktadır (Urry ve Larsen, 2011).

Görsel içerikler, spor turizmi bağlamında mekânsal ve deneyimsel unsurların seçilmiş temsillerini sunmaktadır. Bu temsiller, etkinliğin atmosferi, katılımcı yoğunluğu ve mekânsal estetik gibi unsurlar üzerinden bir algı çerçevesi oluşturmaktadır. Bu çerçeve, potansiyel turistlerin karar alma süreçlerinde referans noktası işlevi görmektedir (Kim ve Stepchenkova, 2015).

Algı inşası süreci, sosyal medya platformlarının etkileşim temelli yapısı içinde daha görünür hale gelmektedir. Kullanıcılar tarafından paylaşılan görseller, destinasyonlara ilişkin kolektif bir anlam üretimini mümkün kılmaktadır. Bu süreçte görsel tekrarlar ve benzer estetik kodlar, belirli spor turizmi alanlarının güçlü bir imajla özdeşleşmesine katkılar sunabilmektedir.

Beklenti inşası, görsel temsiller aracılığıyla gerçekleşen önemli bir bilişsel süreç olarak değerlendirilmektedir. Bireyler, spor turizmi deneyimine ilişkin beklentilerini çoğu zaman sosyal medya içerikleri üzerinden şekillendirmekte, bu içerikler doğrultusunda zihinsel bir senaryo oluşturabilmektedir. Spor turizmi destinasyonlarında görsel temsil, pazarlama stratejilerinin temel bileşenlerinden biri haline gelmiştir. Kurumsal içerik üretimi ile kullanıcı üretimli içerikler birlikte değerlendirildiğinde, destinasyon imajının çok kaynaklı bir yapı üzerinden inşa edildiği görülmektedir. Bu yapı, algı ve beklenti süreçlerinin sürekli güncellenen bir dolaşım içinde oluşmasını sağlamaktadır.

4. Paylaşılabilir Deneyim Mantığı ve Turistik Tüketim Pratikleri

Paylaşılabilir deneyim mantığı, dijital platformların turizm alanındaki etkisini açıklayan temel kavramlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Bu yaklaşım, turistik deneyimin yalnızca yaşanma anına bağlı bir olgu olmaktan çıkarak, görünürlük ve dolaşım potansiyeli üzerinden anlam kazanan bir yapıya dönüşmesini ifade etmektedir. Sosyal medya ortamlarında deneyim, paylaşılabilirlik düzeyi yüksek unsurlar etrafında yeniden kurgulanmaktadır.

Turistik tüketim pratikleri bu dönüşümden doğrudan etkilenmektedir. Bireyler, destinasyon seçimlerinde fiziksel niteliklerin yanında görsel çekicilik, estetik uyum ve sosyal medya performansı gibi ölçütleri dikkate almaktadır. Bu durum, turizm ürününün algısal değerinin artmasına ve tüketim kararlarının

dijital içerikler üzerinden şekillenmesine zemin hazırlamaktadır (Munar ve Jacobsen, 2014).

Spor turizmi bağlamında bu durum, etkinliklerin ve destinasyonların görsel sunumlarının ön plana çıkmasına yol açmaktadır. Stadyumlar, yarış alanları ve spor organizasyonları, sosyal medyada yüksek etkileşim üreten görsel sahneler olarak yeniden anlamlandırılmaktadır. Bu yeniden anlamlandırma süreci, turistik tüketim davranışlarının görsel kültürle bütünleşmesini mümkün kılmaktadır.

Kullanıcı üretimli içerikler, paylaşılabilir deneyim mantığının temel taşıyıcıları arasında yer almaktadır. Katılımcıların ürettiği görseller ve videolar, destinasyon imajının kurumsal sınırların ötesinde kolektif bir biçimde inşa edilmesine katkı sağlamaktadır. Bu süreçte turistik değer, deneyimin kendisinden değil, deneyimin dijital ortamda nasıl temsil edildiğinden de beslenmektedir.

5. Sosyal Onay Mekanizmaları: Beğeni, Yorum ve Tüketim Tercihleri

Sosyal medya ortamlarında sosyal onay mekanizmaları, bireylerin turizmle ilişkili karar alma süreçlerini yönlendiren önemli bir etki alanı oluşturmaktadır. Beğeni, yorum ve paylaşım gibi etkileşim göstergeleri, içeriklerin görünürlüğünü artırmakta ve belirli destinasyonların daha fazla dikkat çekmesini sağlamaktadır. Bu göstergeler, dijital ortamda üretilen turistik bilginin güvenilirlik algısını da biçimlendirmektedir (Zeng ve Gerritsen, 2014).

Spor turizmi bağlamında sosyal onay, deneyimin değerini belirleyen sembolik bir ölçüt haline gelmektedir. Yüksek etkileşim alan görseller, potansiyel turistler tarafından daha cazip ve tercih edilebilir olarak değerlendirilmektedir. Bu durum, tüketim tercihlerinin yalnızca bireysel motivasyonlarla değil, kolektif dijital görünürlükle de şekillendiğini göstermektedir (Fotis, Buhalis ve Rossides, 2012).

Yorumlar, kullanıcı deneyimine ilişkin detaylı bilgi sağlayarak algısal çerçeveyi genişletmektedir. Destinasyonlara yönelik olumlu geri bildirimler, ziyaret niyetini güçlendiren bir sosyal kanıt işlevi görmektedir. Olumsuz yorumlar ise risk algısını artırarak tercih davranışlarını yeniden yönlendirebilmektedir (Yoo ve Gretzel, 2016).

Beğeni sayıları, içeriklerin popülerlik düzeyini temsil eden kısa vadeli göstergeler olarak işlev görmektedir. Bu göstergeler, özellikle görsel yoğunluklu platformlarda dikkat ekonomisinin merkezinde yer almakta ve kullanıcıların içerik seçimini hızlandırmaktadır. Spor turizmi içeriklerinde

yüksek beğeni oranları, destinasyonun algısal çekiciliğini artıran bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

Tüketim tercihleri, sosyal onay mekanizmalarının birleşik etkisi altında şekillenmektedir. Bireyler, karar alma süreçlerinde yalnızca kişisel beklentilerini değil, platformda oluşan kolektif eğilimleri de dikkate almaktadır. Bu durum, turizm tüketiminin bireysel bir seçim sürecinden çıkarak sosyal olarak yönlendirilen bir yapıya dönüşmesine yol açmaktadır.

6. Influencer Kültürü ve Spor Turizmi Pazarlamasında Yeni Aktörler

Influencer kültürü, dijital pazarlama ekosisteminde spor turizminin tanıtım ve tüketim süreçlerini yeniden yapılandıran temel aktörlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Sosyal medya platformlarında yüksek takipçi kitlesine sahip bireyler, destinasyonların ve spor etkinliklerinin görünürlüğünü artıran aracı figürler hâline gelmiştir. Bu aktörler, geleneksel reklam modellerinden farklı olarak içerik temelli ikna süreçleri üzerinden etki üretmektedir (Abidin, 2016).

Spor turizmi bağlamında influencer'lar, destinasyon deneyiminin önceden kurgulanmış görsel temsiller aracılığıyla sunulmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Bu süreçte spor etkinlikleri, yalnızca sportif organizasyonlar olarak değil, aynı zamanda paylaşılabilir yaşam tarzı unsurları olarak çerçevelenmektedir. Böylece spor turizmi ürünleri, estetik ve deneyim odaklı içeriklerle küresel ölçekte dolaşıma girmektedir (Freberg ve diğerleri, 2011).

Influencer pazarlaması, markalar ve destinasyon yönetim organizasyonları açısından yeni bir iletişim stratejisi alanı oluşturmaktadır. Bu strateji, hedef kitleye doğrudan reklam mesajı iletmek yerine, deneyim paylaşımı üzerinden güven inşa etmeyi amaçlamaktadır. Bu durum, pazarlama iletişiminin otantik içerik üretimi üzerinden yeniden kurgulanmasına neden olmaktadır (De Veirman, Cauberghe ve Hudders, 2017).

Spor turizmi alanında influencer içerikleri, tüketici davranışlarını etkileyen güçlü bir referans kaynağı haline gelmektedir. Takipçiler, influencer'ların deneyimlerini gerçeklik algısı içinde değerlendirerek destinasyon seçimlerini bu içeriklere göre şekillendirebilmektedir. Bu süreç, sosyal medya temelli güven mekanizmalarının turizm karar alma süreçlerine entegre olduğunu göstermektedir.

Ayrıca influencer kültürü, spor turizmi pazarlamasında yeni aktörlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Mikro influencer'lar, sporcular ve içerik üreticileri bu yapının farklı bileşenlerini oluşturarak pazarlama ekosistemini

çeşitlendirmektedir. Bu çeşitlenme, spor turizmi destinasyonlarının daha geniş ve segmentli kitlelere ulaşmasını mümkün kılmaktadır (Khamis, Ang ve Welling, 2017).

7. Kullanıcı Üretimli İçerik ve Kolektif Destinasyon İmajının Oluşumu

Kullanıcı üretimli içerik, dijital turizm ekosisteminde destinasyon imajının oluşumunu belirleyen temel bileşenlerden biri olarak ele alınmaktadır. Turistlerin deneyim sırasında ürettikleri fotoğraf, video ve metin tabanlı paylaşımlar, destinasyonların kurumsal tanıtım stratejilerinden bağımsız biçimde algısal birikim üretmektedir. Bu içerikler, destinasyonlara ilişkin anlamın sürekli güncellenen bir yapı içinde yeniden kurulmasına katkı sağlamaktadır (Buhalis ve Law, 2008).

Sosyal medya platformları, kullanıcı üretimli içeriklerin hızlı biçimde dolaşıma girmesine imkân tanıyarak kolektif bir imaj üretim süreci oluşturmaktadır. Bu süreçte bireysel deneyimler, diğer kullanıcıların yorumları ve etkileşimleri ile birleşerek çok katmanlı bir temsil alanı meydana getirmektedir. Böylece destinasyon imajı, tek yönlü bir iletişim sürecinden çıkarak ağ temelli bir yapı içinde şekillenmektedir (Tussyadiah ve Fesenmaier, 2009).

Spor turizmi bağlamında kullanıcı üretimli içerikler, etkinliklerin ve mekânların algısal değerini güçlendiren önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Katılımcılar tarafından paylaşılan görseller, spor organizasyonlarının atmosferini, katılım yoğunluğunu ve mekânsal özelliklerini görünür kılmaktadır. Bu görünürlük, potansiyel ziyaretçilerin zihinsel imaj oluşturma süreçlerini doğrudan etkilemektedir (Choi, Lehto ve Morrison, 2008).

Kolektif destinasyon imajı, farklı kullanıcı gruplarının ürettiği içeriklerin birleşimiyle ortaya çıkan dinamik bir yapı niteliği taşımaktadır. Bu yapı, zaman içinde değişkenlik gösteren ve sürekli yeniden üretilen bir algı sistemi olarak işlev görmektedir. Ayrıca kullanıcı üretimli içerikler, destinasyonların pazarlama süreçlerinde tamamlayıcı bir rol üstlenmektedir. Kurumsal içeriklerle kullanıcı içerikleri arasında oluşan etkileşim, destinasyon imajının daha inandırıcı ve erişilebilir bir biçimde algılanmasını sağlamaktadır. Bu durum, spor turizmi destinasyonlarının küresel görünürlüğünü artıran bir mekanizma olarak değerlendirilmektedir.

8. Mekânsal Estetikleşme ve Spor Turizmi Alanlarının Görsel Tasarımı

Mekânsal estetikleşme, spor turizmi alanlarının yalnızca işlevsel birer etkinlik sahası olmaktan çıkarak görsel temsil değeri yüksek mekânlara dönüşmesini ifade etmektedir. Bu dönüşüm, dijital platformlarda dolaşıma giren görsel içeriklerin etkisiyle hız kazanmakta; stadyumlar, yarış parkurları ve etkinlik alanları estetik kompozisyonların bir parçası olarak yeniden kurgulanmaktadır (Urry ve Larsen, 2011).

Spor turizmi mekânlarının görsel tasarımı, ziyaretçi deneyimini yönlendiren önemli bir planlama bileşeni hâline gelmiştir. Işıklandırma düzenleri, mimari form, renk kullanımı ve çevresel düzenlemeler, görsel çekiciliği artıracak biçimde tasarlanmaktadır. Bu yaklaşım, mekânın yalnızca kullanım değerine değil, görsel paylaşım potansiyeline de odaklanmaktadır (Edensor, 2001).

Dijital görsel kültürün etkisiyle spor turizmi alanları, sosyal medya temsillerine uygun sahneler üretme kapasitesi üzerinden değerlendirilmektedir. Bu durum, mekân tasarımında "görsel uygunluk" kavramını ön plana çıkarmakta ve destinasyonların estetik standartlarını yeniden tanımlamaktadır. Böylece mekânlar, deneyim üretiminden bağımsız biçimde görsel tüketim nesneleri olarak da işlev görebilmektedir.

Spor etkinliklerinin gerçekleştirildiği alanlar, kullanıcı üretimli içeriklerin yoğun biçimde üretildiği sahneler olarak kolektif görsel hafızanın oluşumuna katkı sağlamaktadır. Katılımcıların çektiği görüntüler, mekânın algısal sınırlarını genişletmekte ve destinasyon imajını sürekli yeniden üretmektedir. Bu süreç, mekânsal estetikleşmenin toplumsal etkileşimle birlikte şekillendiğini göstermektedir (Larsen, 2008). Ayrıca spor turizmi destinasyonlarında görsel tasarım, pazarlama stratejileri ile mekânsal planlama arasında bütünleşik bir yapı oluşturmaktadır. Kurumsal aktörler, destinasyonların sosyal medyada daha görünür olmasını sağlamak amacıyla estetik düzenlemelere yönelmektedir. Bu yönelim, mekânın hem fiziksel hem de dijital ortamda temsil edilebilirliğini artırmaktadır.

9. Otantiklik ve Temsili Deneyim Arasındaki Gerilim

Otantiklik ve temsili deneyim arasındaki gerilim, dijital çağda spor turizminin anlam üretim süreçlerini belirleyen temel tartışma alanlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Turistik deneyim, tarihsel olarak "gerçeklik" ve "yerinde yaşama" üzerinden anlam kazanırken, sosyal medya ortamları bu deneyimi görsel temsiller aracılığıyla yeniden kurmaktadır. Otantiklik kavramı, turizm literatüründe nesnel ve yapısal otantiklik ile varoluşsal otantiklik ayrımı üzerinden ele alınmaktadır. Nesnel otantiklik, destinasyonun "orijinal"

özelliklerine gönderme yaparken, varoluşsal otantiklik bireyin deneyim sırasında hissettiği anlam ve duygusal yoğunluğa odaklanmaktadır. Sosyal medya temelli spor turizmi deneyimlerinde bu iki boyut, görsel temsillerin etkisiyle yeniden yorumlanmaktadır.

Temsili deneyim, dijital platformlarda üretilen görsellerin seçici ve estetikleştirilmiş doğası nedeniyle, yaşanan deneyimin belirli yönlerinin ön plana çıkarılması ile oluşmaktadır. Bu süreçte spor etkinlikleri ve turistik mekânlar, çoğu zaman yoğunlaştırılmış ve idealize edilmiş görüntüler üzerinden temsil edilmektedir. Bu temsil biçimi, deneyimin algısal çerçevesini dönüştürmektedir (MacCannell, 1973).

Spor turizmi bağlamında bu gerilim, özellikle sosyal medya içeriklerinin etkisiyle daha görünür hale gelmektedir. Katılımcılar, deneyimi yalnızca yaşamakla kalmamakta, aynı zamanda onu paylaşılabilir bir görsel anlatıya dönüştürmektedir. Bu dönüşüm, deneyimin özgünlüğü ile dijital temsil arasındaki mesafeyi yeniden açıkalayabilmektedir. Ayrıca kullanıcı üretimli içerikler, otantiklik algısının kolektif biçimde şekillenmesine katkı sağlamaktadır. Bireylerin paylaşımları, diğer kullanıcıların beklenti ve yorumları ile birleşerek destinasyonun "gerçekliği" hakkında ortak bir algı üretmektedir. Bu durum, otantikliğin sabit bir özellik olmaktan çıkarak sosyal olarak inşa edilen bir olguya dönüşmesini sağlamaktadır (Reisinger ve Steiner, 2006).

10. Algoritmik Görünürlük ve Spor Turizminin Gelecek Dinamikleri

Algoritmik görünürlük, dijital platformlarda içeriklerin kullanıcıya sunulma biçimini belirleyen hesaplamalı sıralama ve filtreleme mekanizmaları üzerinden spor turizminin temsil yapısını dönüştüren bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Sosyal medya algoritmaları, hangi içeriklerin daha geniş kitlelere ulaşacağını belirleyerek destinasyonların ve spor etkinliklerinin görünürlük düzeyini doğrudan etkilemektedir (Gillespie, 2014).

Spor turizmi bağlamında algoritmik yapı, destinasyonların yalnızca fiziksel çekicilikleri üzerinden değil, dijital etkileşim performansları üzerinden de değerlendirildiği yeni bir görünürlük rejimi üretmektedir. Beğeni sayısı, izlenme süresi, paylaşım oranı ve etkileşim yoğunluğu gibi metrikler, içeriklerin dolaşımını belirleyen temel parametreler hâline gelmektedir. Bu durum, turizm destinasyonlarının dijital rekabet koşullarını yeniden tanımlamaktadır (Bucher, 2012).

Algoritmalar, kullanıcıların önceki davranışlarını analiz ederek içerik akışını kişiselleştirmekte ve bu kişiselleştirme süreci spor turizmi tercihlerinin yönlendirilmesinde etkili olmaktadır. Bireyler, farkında olmadan algoritmik

olarak öne çıkarılan içeriklere daha fazla maruz kalmakta ve bu içerikler üzerinden destinasyon algısı geliştirmektedir (Gillespie, 2014).

Spor turizminin geleceği, algoritmik görünürlüğün şekillendirdiği dijital ekosistem içinde yeniden tanımlanmaktadır. Destinasyon yönetim organizasyonları, görünürlüklerini artırmak amacıyla içerik üretim stratejilerini platform algoritmalarına uyumlu hale getirmektedir. Bu uyum süreci, görsel yoğunluk, etkileşim odaklı anlatım ve kısa formatlı içerik üretimini teşvik etmektedir (Kitchin, 2019). Ayrıca algoritmik yapı, spor turizmi deneyimlerinin standartlaşmasına yönelik bir eğilim de üretmektedir. En çok etkileşim alan görsel formatlar ve içerik türleri, diğer destinasyonlar tarafından da benzer biçimde yeniden üretilmektedir. Bu durum, görsel temsil çeşitliliğini sınırlarken belirli estetik kodların küresel ölçekte yayılmasına neden olmaktadır.

SONUÇ

Dijital görsel kültürün yaygınlaşması, spor turizmini fiziksel katılım temelli bir yapıdan çıkararak görsel temsil, etkileşim ve dijital dolaşım ekseninde yeniden şekillendirmektedir. Instagram ekosistemi, deneyim ekonomisinin dijital uzantısı olarak turistik deneyimin paylaşılabilirlik ve görünürlük üzerinden değer kazandığı bir alan oluşturmaktadır. Bu süreçte destinasyon algısı, büyük ölçüde kullanıcı üretimli içerikler aracılığıyla inşa edilmekte; kurumsal tanıtım faaliyetleri ile bireysel paylaşımlar birlikte kolektif bir imaj üretmektedir. Sosyal onay mekanizmaları ve influencer kültürü, tüketim tercihlerini yönlendiren önemli aktörler hâline gelmekte ve karar alma süreçlerini dijital etkileşimlerle ilişkilendirmektedir.

Mekânsal estetikleşme eğilimi, spor turizmi alanlarının yalnızca işlevsel değil, aynı zamanda görsel üretim için optimize edilen sahneler olarak tasarlanmasına yol açmaktadır. Bu durum, deneyimin hem yaşanan hem de temsil edilen bir yapıya dönüşmesini hızlandırmaktadır. Otantiklik ve temsili deneyim arasındaki gerilim, dijital ortamın etkisiyle daha görünür hale gelmekte; deneyim, giderek daha fazla yeniden kurgulanan bir karakter kazanmaktadır. Buna paralel olarak algoritmik görünürlük, destinasyonların dijital platformlardaki erişilebilirliğini belirleyerek spor turizminin geleceğini yönlendiren temel dinamiklerden biri olmaktadır.

Genel olarak spor turizmi, dijital platformlar ve algoritmik yapılarla birlikte yeniden tanımlanan, çok katmanlı ve dinamik bir araştırma alanı niteliği taşıdığı ifade edilebilir.

Kaynakça

Abidin, C. (2016). Visibility labour: Engaging with Influencers' fashion brands and# OOTD advertorial campaigns on Instagram. *Media International Australia*, *161*(1), 86-100.

Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New media & society*, *14*(7), 1164-1180.

Buhalis, D., & Foerste, M. K. (2014, January). SoCoMo marketing for travel and tourism. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2014: Proceedings of the International Conference in Dublin, Ireland, January 21-24, 2014* (pp. 175-185). Cham: Springer International Publishing.

Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism management*, *29*(4), 609-623.

Choi, S., Lehto, X. Y., & Morrison, A. M. (2008). Segmenting Chinese visitors to Macau by information source variables. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, *16*(1-2), 81-104.

De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International journal of advertising*, *36*(5), 798-828.

Dinhopl, A., & Gretzel, U. (2016). Selfie-taking as touristic looking. *Annals of Tourism Research*, *57*, 126-139.

Edensor, T. (2001). Performing tourism, staging tourism: (Re) producing tourist space and practice. *Tourist studies*, *1*(1), 59-81.

Fotis, J. N., Buhalis, D., & Rossides, N. (2012). *Social media use and impact during the holiday travel planning process* (pp. 13-24). Springer-Verlag.

Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public relations review*, *37*(1), 90-92.

Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society*, *167*(2014), 167.

Higham, J., & Hinch, T. (2010). *Sport and tourism*. Routledge.

Hudson, S., & Thal, K. (2013). The impact of social media on the consumer decision process: Implications for tourism marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *30*(1-2), 156-160.

Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding,'micro-celebrity'and the rise of social media influencers. *Celebrity studies*, *8*(2), 191-208.

Kim, H., & Stepchenkova, S. (2015). Effect of tourist photographs on attitudes towards destination: Manifest and latent content. *Tourism management*, *49*, 29-41.

Kitchin, R. (2019). Thinking critically about and researching algorithms. In *The social power of algorithms* (pp. 14-29). Routledge.

Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2020). *Reading images: The grammar of visual design*. Routledge.

Larsen, J. (2008). De-exoticizing tourist travel: Everyday life and sociality on the move. *Leisure studies*, *27*(1), 21-34.

Lo, I. S., McKercher, B., Lo, A., Cheung, C., & Law, R. (2011). Tourism and online photography. *Tourism management*, *32*(4), 725-731.

MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American journal of Sociology*, *79*(3), 589-603.

Munar, A. M., & Jacobsen, J. K. S. (2014). Motivations for sharing tourism experiences through social media. *Tourism management*, *43*, 46-54.

Pine, J. B., & Gilmore, J. H. (1999). The Experience Economy Boston.

Reisinger, Y., & Steiner, C. J. (2006). Reconceptualizing object authenticity. *Annals of tourism research*, *33*(1), 65-86.

Tussyadiah, I. P., & Fesenmaier, D. R. (2009). Mediating tourist experiences: Access to places via shared videos. *Annals of tourism research*, *36*(1), 24-40.

Urry, J., & Larsen, J. (2011). The tourist gaze 3.0.

Yoo, K. H., & Gretzel, U. (2016). Use and creation of social media by travellers. In *Social media in travel, tourism and hospitality* (pp. 189-206). Routledge.

Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism management perspectives*, *10*, 27-36.

Bölüm 5

Hareket Eden Beden mi, Sergilenen Beden mi? Kadınlarda Spor, Beden Algısı ve Algoritmik Güzellik Kültürü

Tuğba Tezer[1]

Numan Bahadır Kayışoğlu[2]

Özet

Kadın bedeni, tarihsel olarak estetik beklentilerin, toplumsal cinsiyet normlarının, sağlık söylemlerinin ve kültürel denetim mekanizmalarının kesiştiği bir alan olmuştur. Spor ve fiziksel aktivite ise bu alan içinde çift yönlü bir konuma sahiptir. Bir yandan kadınların bedensel güçlenmesini, öz yeterlik duygusunu, hareket kapasitesini, beden işlevselliğini ve psikolojik iyi oluşunu destekleyebilen dönüştürücü bir pratik olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan, görünüş odaklı fitness kültürü, estetik beden idealleri, performans baskısı, sosyal medya temsilleri ve dijital güzellik normlarıyla birleştiğinde, kadın bedeninin yeniden denetlendiği ve sergilendiği bir zemine dönüşebilir. Güncel göstergeler, kadınların ve ergen kızların fiziksel aktiviteye katılımında toplumsal cinsiyet temelli eşitsizliklerin sürdüğünü; ergenlik döneminde güvenlik, rol model eksikliği, özgüven ve olumsuz beden algısı gibi etkenlerin spordan kopuşu güçlendirebildiğini göstermektedir.

Bu bölümün amacı, kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisini yalnızca sağlık ya da fiziksel uygunluk bağlamında değil, dijital çağın algoritmik güzellik kültürü içinde tartışmaktır. Bu doğrultuda beden algısı, olumlu beden algısı, beden takdiri, kendini nesneleştirme, sosyal karşılaştırma, fitspiration, artırılmış gerçeklik ve yapay zekâ destekli güzellik filtreleri, beden işlevselliği ve beden nötrlüğü kavramları ele alınmaktadır. Bölümün temel savı, sporun kadın bedeni için özgürleştirici bir potansiyel taşıdığı; ancak bu potansiyelin sosyal medya, fitspiration içerikleri, güzellik filtreleri ve algoritmik görünürlük rejimleri tarafından zayıflatılabileceğidir. Bu nedenle kadınların spora katılımını destekleyen yaklaşımların yalnızca daha fazla hareket çağrısıyla sınırlı kalmaması;

1 Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü yenntuba@gmail.com 0009-0006-2375-0367

2 Prof. Dr. Karabük Üniversitesi bahadirkayisoglu@karabuk.edu.tr 0000-0002-2003-7973

https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1371.c5564

bedeni görünüş merkezli değerlendiren dijital, kültürel ve pedagojik baskıları da dikkate alması gerekmektedir. Bölüm sonunda kadınların spor deneyimlerinde beden işlevselliğini, beden kabulünü, güvenli spor ortamlarını ve dijital medya okuryazarlığını merkeze alan kavramsal bir değerlendirme modeli önerilmektedir.

Giriş

Kadınların spor ve fiziksel aktiviteye katılımı, uzun yıllar boyunca sağlık, fiziksel uygunluk, performans, serbest zaman değerlendirme ve toplumsal katılım gibi farklı başlıklar altında incelenmiştir. Ancak kadınların spor deneyimini yalnızca fiziksel hareket düzeyi ya da sportif başarı üzerinden açıklamak yeterli değildir. Kadın bedeni, spor alanına girdiği andan itibaren yalnızca hareket eden, güçlenen veya performans gösteren bir beden olarak değil; aynı zamanda izlenen, değerlendirilen, karşılaştırılan ve çoğu zaman estetik ölçütler üzerinden yargılanan bir beden olarak da konumlandırılmaktadır. Bu nedenle kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisi, bedensel sağlık kadar toplumsal cinsiyet, kültürel güzellik normları, medya temsilleri, dijital platformlar ve algoritmik görünürlük biçimleriyle birlikte ele alınmalıdır (Fredrickson & Roberts, 1997; Grogan, 2021; Tiggemann & Zaccardo, 2015).

Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization [WHO], 2024), fiziksel aktivitenin kalp-damar hastalıkları, diyabet, bazı kanser türleri, depresyon, anksiyete, uyku ve genel iyi oluş açısından güçlü koruyucu etkiler taşıdığını belirtmektedir. Buna karşın küresel ölçekte yetişkinlerin yaklaşık üçte birinin, ergenlerin ise çok büyük bir bölümünün önerilen fiziksel aktivite düzeylerine ulaşamadığı görülmektedir. Bu eşitsizlik cinsiyet düzeyinde de belirgindir; kadınlar erkeklerden ortalama olarak daha az aktiftir ve ergen kızların fiziksel aktivite yetersizliği ergen erkeklerden daha yüksektir. Bu tablo, kadınların spora katılımını yalnızca bireysel tercih meselesi olarak değil, toplumsal, kültürel, güvenlik, beden algısı ve dijital görünürlük ilişkileri içinde ele almayı gerekli kılmaktadır.

Kadınlarda beden algısı, fiziksel aktiviteye başlama, devam etme ve spordan uzaklaşma süreçleriyle yakından ilişkilidir. Bir kadın spora sağlığını korumak, güçlenmek, iyi hissetmek veya sosyal bağ kurmak için yönelebileceği gibi, bedenini düzeltme, inceltme, sıkılaştırma, sosyal onay alma ya da dijital platformlarda daha beğenilebilir görünme amacıyla da yönelebilir. Bu motivasyonların her biri spora katılımın niteliğini değiştirebilir. Özerk, içsel ve işlevsel motivasyonlar sporu daha sürdürülebilir hâle getirirken; görünüş kaygısı, beden utancı ve sosyal karşılaştırmaya dayalı motivasyonlar sporu kırılgan bir davranışa dönüştürebilir (Panão & Carraça, 2020; Tylka & Wood-Barcalow, 2015).

Sporun kadın bedeni üzerindeki etkisi bu nedenle tek yönlü değildir. Spor, kadınların bedenlerini yalnızca dış görünüşleriyle değil; güç, dayanıklılık, esneklik, hız, koordinasyon, ritim, denge ve hareket kapasitesiyle deneyimlemelerine olanak sağlayabilir. Bu yönüyle spor, kadınların bedeniyle daha olumlu ve işlevsel bir ilişki kurmasını destekleyebilir. Bununla birlikte spor alanları da toplumsal güzellik normlarından bağımsız değildir. Özellikle fitness, vücut geliştirme, estetik sporlar, dans, jimnastik, kilo kategorili branşlar ve sosyal medya görünürlüğü yüksek egzersiz biçimleri, kadın bedenini sürekli ölçülen, kıyaslanan ve biçimlendirilen bir proje olarak sunabilir (Campbell & Hausenblas, 2009; Prichard & Tiggemann, 2008; Zhang et al., 2024).

Dijital çağda bu gerilim daha görünür hâle gelmiştir. Sosyal medya platformlarında spor ve egzersiz içerikleri çoğu zaman sağlıklı yaşam, motivasyon, disiplin ve öz gelişim söylemleriyle sunulmaktadır. Ancak bu içeriklerin önemli bir kısmı, kadın bedenini belirli bir estetik forma yaklaştıran görsel idealleri de üretmektedir. Fitspiration içerikleri görünüşte bireyleri fiziksel aktiviteye teşvik ederken, aynı anda ince, sıkı, kaslı, kontrollü ve beğenilebilir bedenleri idealize edebilmektedir. Sistematik derlemeler ve deneysel çalışmalar, fitspiration maruziyetinin beden memnuniyetsizliği, görünüş karşılaştırması ve olumsuz duygu durumu ile ilişkili olabileceğini göstermektedir (Carrotte et al., 2017; Jerónimo et al., 2022; Tiggemann & Zaccardo, 2015).

Son yıllarda bu sürece yeni bir katman eklenmiştir: algoritmik güzellik kültürü. Artırılmış gerçeklik filtreleri, yüz ve beden düzenleme uygulamaları, yapay zekâ destekli görsel üretim sistemleri ve platform algoritmaları, kadın bedenine ilişkin ideal imgeleri daha görünür, daha yaygın ve daha ulaşılması güç hâle getirmiştir. Bu işleyiş, özellikle daha fazla etkileşim üreten beden imgelerinin öne çıkarılması yoluyla güzellik normlarını dolaşıma sokabilir. Kadınlar artık yalnızca gerçek kişilerle değil; filtrelenmiş, düzenlenmiş, yapay olarak iyileştirilmiş ve algoritmalar tarafından öne çıkarılmış beden temsilleriyle de karşılaştırılmaktadır. Bu nedenle beden algısı yalnızca bireysel bir psikolojik mesele değil; dijital kültürün, platform ekonomisinin ve görsel teknolojilerin ürettiği toplumsal bir sorun olarak da ele alınmalıdır (Doh et al., 2025; Dijkslag et al., 2024; Javornik et al., 2022; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025; Vandenbosch et al., 2022). Platform ekonomisi; kullanıcı dikkatini, etkileşim verisini, beğeni ve takipçi ilişkilerini, reklam gelirini ve algoritmik görünürlüğü ekonomik değere dönüştüren dijital işleyişi ifade etmektedir.

Bu bölüm, kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisini algoritmik güzellik kültürü bağlamında tartışarak literatürde giderek önem kazanan bir boşluğa odaklanmaktadır. Bölümün temel sorusu şudur: Spor kadın bedenini görünüş baskısından kurtaran bir güçlenme alanı mı sunmaktadır, yoksa dijital kültür

içinde kadın bedenini yeniden sergilenen, filtrelenen ve karşılaştırılan bir vitrine mi dönüştürmektedir? Bu sorunun yanıtı tek boyutlu değildir. Bu nedenle bölümde sporun hem özgürleştirici hem de baskı üretebilen yönleri birlikte ele alınmaktadır.

Bölümün özgün katkısı, kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisini geleneksel beden memnuniyeti tartışmalarının ötesine taşımasıdır. Burada spor, yalnızca sağlığı destekleyen bir davranış olarak değil, kadın bedeninin toplumsal ve dijital olarak nasıl anlamlandırıldığını gösteren bir deneyim alanı olarak değerlendirilmektedir. Bu yaklaşım, spor bilimleri, rekreasyon, beden eğitimi, medya çalışmaları, psikoloji ve toplumsal cinsiyet araştırmaları arasında disiplinler arası bir tartışma zemini sunmaktadır.

1.1. Literatür Taramasının Kapsamı ve Yaklaşımı

Bu bölüm, kavramsal ve anlatı temelli bir literatür değerlendirmesi olarak yapılandırılmıştır. Literatür taramasında 'body image', 'positive body image', 'self-objectification', 'social comparison', 'fitspiration', 'body functionality', 'body neutrality', 'AR beauty filters', 'AI beauty standards', 'women and sport', 'physical activity and body image' ile 'kadınlarda beden algısı', 'spor ve beden algısı', 'fiziksel aktivite ve beden algısı' anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Kaynak seçiminde spor bilimleri, beden imgesi, medya psikolojisi, toplumsal cinsiyet, sosyal medya ve dijital teknoloji literatürlerini birleştiren çalışmalar öncelenmiştir.

Kaynaklar seçilirken özellikle kuramsal temel sağlayan klasik çalışmalar, sistematik derlemeler, meta-analizler, deneysel sosyal medya çalışmaları, kadınlarda fiziksel aktivite ve beden algısı araştırmaları ile artırılmış gerçeklik/yapay zekâ filtrelerine ilişkin güncel yayınlar dikkate alınmıştır. Bu tercih, bölümün temel amacına uygundur; çünkü kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisi yalnızca fiziksel aktivite düzeyiyle değil, bedenin dijital ortamda nasıl temsil edildiği ve algoritmik olarak nasıl ödüllendirildiğiyle de açıklanmalıdır (Fardouly & Vartanian, 2016; Jerónimo et al., 2022; Dijkslag et al., 2024; Javornik et al., 2022; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025; Vandenbosch et al., 2022).

2. Kavramsal ve Kuramsal Çerçeve

2.1. Beden Algısı ve Olumlu Beden Algısı

Beden algısı, bireyin kendi bedenine ilişkin algılarını, duygularını, düşüncelerini ve davranışsal eğilimlerini içeren çok boyutlu bir kavramdır. Bu kavram yalnızca bedene yönelik memnuniyet ya da memnuniyetsizlik düzeyiyle

sınırlı değildir; bedenin nasıl algılandığı, hangi ölçütlere göre değerlendirildiği, başkalarının bakışının nasıl içselleştirildiği, bedene yönelik bakım veya kontrol davranışlarının nasıl örgütlendiği de beden algısının kapsamına girer (Cash & Pruzinsky, 2002; Grogan, 2021; Thompson et al., 1999).

Kadınlarda beden algısı, toplumsal cinsiyet normlarından bağımsız düşünülemez. Kadın bedeninin tarihsel olarak güzellik, incelik, gençlik, zarafet, çekicilik ve denetlenebilirlik gibi ölçütlerle değerlendirilmesi, kadınların kendi bedenlerine yönelik bakışını da etkilemektedir. Bu süreçte beden, bireyin yaşadığı, hareket ettiği ve dünyayla temas kurduğu bir varoluş alanı olmaktan çıkarak, başkalarının bakışına sunulan bir nesne gibi algılanabilir. Bu nedenle beden algısı yalnızca bireysel psikolojik bir durum değil, kültürel olarak şekillenen bir deneyimdir (Fredrickson & Roberts, 1997).

Beden algısı çalışmalarında uzun süre olumsuz beden algısı, beden memnuniyetsizliği, yeme davranışı sorunları ve görünüş kaygısı üzerinde durulmuştur. Ancak daha güncel çalışmalar, olumlu beden algısının yalnızca olumsuz beden algısının yokluğu olmadığını belirtmektedir. Olumlu beden algısı; beden takdiri, beden kabulü, bedene saygı, bedeni koruyucu biçimde yorumlama, güzelliği daha geniş tanımlama ve toplumsal görünüş baskılarına karşı direnç geliştirme gibi bileşenleri içerir (Tylka & Wood-Barcalow, 2015; Wood-Barcalow et al., 2010).

Beden takdiri kavramı, bireyin bedeninin özelliklerine, işlevlerine ve sağladığı olanaklara yönelik saygı ve kabul geliştirmesini ifade eder. Body Appreciation Scale ile başlayan ölçme çalışmaları, olumlu beden algısının psikolojik iyi oluş, öz şefkat, sağlıklı davranışlar ve fiziksel aktiviteyle ilişkili olduğunu göstermiştir (Avalos et al., 2005; Tylka & Wood-Barcalow, 2015). Bu noktada olumlu beden algısı, kadınların spora yalnızca bedenlerini değiştirmek için değil, bedenleriyle daha sağlıklı bir ilişki kurmak için yönelmesini destekleyebilir.

Olumlu beden algısının gelişimi, yalnızca bedene ilişkin olumsuz duyguların azalmasıyla değil; bedenin işlevlerinin fark edilmesi, bedenin korunması, bedene saygı gösterilmesi ve toplumsal güzellik baskılarına karşı eleştirel bir mesafe kurulmasıyla ilişkilidir. Bu nedenle beden işlevselliğine odaklanan müdahaleler, kadınların bedenlerini görünüşten çok yaşama, hareket etmeye ve deneyim üretmeye olanak sağlayan bir yapı olarak değerlendirmelerini destekleyebilir (Alleva et al., 2015a).

Bununla birlikte olumlu beden algısı yaklaşımı da dikkatli ele alınmalıdır. Kadınlara sürekli 'bedenini sev' mesajı vermek, bedeni yine merkeze alan yeni bir yükümlülük yaratabilir. Bu nedenle beden nötrlüğü yaklaşımı önem kazanmaktadır. Beden nötrlüğü, bireyin bedenini her zaman güzel veya olumlu

bulmak zorunda olmadığı; bedeni yaşamı mümkün kılan, değişen, bazen yorulan, bazen güçlenen ve doğal hâlleriyle kabul edilebilecek bir varoluş zemini olarak görebileceği düşüncesine dayanır (Tylka & Wood-Barcalow, 2015; Wood-Barcalow et al., 2024).

Spor bağlamında beden nötrlüğü ve beden işlevselliği birbirini tamamlayan iki yaklaşımdır. Beden nötrlüğü, bedeni estetik değerlendirmelerin merkezinden çıkarırken; beden işlevselliği, bedenin ne yaptığına, ne hissettirdiğine ve yaşamı nasıl taşıdığına odaklanır. Bu çerçevede kadınların spora katılımı 'daha iyi görünme' yerine 'daha iyi hissetme', 'güçlenme', 'hareket kapasitesini fark etme' ve 'bedeniyle işbirliği kurma' zeminine taşınabilir (Alleva et al., 2015a; Jankauskiene et al., 2024).

2.2. Nesneleştirme Kuramı ve Kadın Bedeninin Dışarıdan Bakışla Kurulması

Nesneleştirme kuramı, kadınların beden algısını anlamak için en güçlü kuramsal çerçevelerden biridir. Fredrickson ve Roberts'a (1997) göre kadınlar, cinsel ve estetik nesneleştirmenin yaygın olduğu kültürel ortamlarda, zamanla dışarıdan bakan bir gözün perspektifini içselleştirebilirler. Bu içselleştirme, kadınların kendi bedenlerini sürekli izlemelerine, değerlendirmelerine ve kontrol etmelerine yol açabilir. Kuram, beden gözetimi, beden utancı, görünüş kaygısı, yeme davranışı sorunları ve psikolojik iyi oluş üzerindeki olumsuz sonuçları açıklamak için yaygın biçimde kullanılmaktadır (Moradi & Huang, 2008).

Kendini nesneleştirme, kadınların kendi bedenlerini bütüncül bir özne olarak değil, dışarıdan değerlendirilen parçalar toplamı gibi algılamalarına neden olabilir. Bu durum özellikle bedenin belirli bölgelerine odaklanan spor ve fitness söylemlerinde belirgindir. Karın, bel, kalça, bacak, kol ve sırt gibi beden bölgeleri ayrı ayrı hedefler hâline getirildiğinde, kadın bedeni bütüncül bir hareket deneyiminden çok düzeltilmesi gereken parçalar toplamı olarak sunulur. Bu parçalanmış beden algısı, sporun güçlendirici potansiyelini zayıflatabilir (Fredrickson & Roberts, 1997; Prichard & Tiggemann, 2008).

Nesneleştirme süreçleri yalnızca açık cinsel nesneleştirme ile sınırlı değildir. Kadınların spor salonunda aynalar karşısında sürekli kendilerini kontrol etmeleri, sosyal medyada antrenman görüntülerini belirli açılarla paylaşmaları veya egzersiz sonrası bedenlerini görsel olarak değerlendirmeleri de daha incelikli beden gözetimi biçimleridir. Bu süreçte kadın bedeni hareket eden bir özne olmaktan çıkar; ölçülen, biçimlendirilen ve görünür kılınan bir nesneye dönüşebilir (Vandenbosch & Eggermont, 2012).

Spor ortamları nesneleştirmeye karşı koruyucu olabileceği gibi, onu yeniden üretebilir de. Örneğin işlevsellik, güç, takım dayanışması ve beceri gelişimini vurgulayan bir spor ortamı, kadının bedenini içeriden deneyimlemesini destekleyebilir. Buna karşılık kilo, görünüş, incelme, sıkılaşma ve beden ölçülerini merkeze alan bir ortam, kendini nesneleştirme düzeyini artırabilir. Bu nedenle sporun kadın beden algısı üzerindeki etkisi, sporun türünden çok sporun hangi dil, değer ve ortam içinde sunulduğuyla ilişkilidir (Menzel & Levine, 2011).

2.3. Sosyal Karşılaştırma ve Üçlü Etki Modeli

Sosyal karşılaştırma kuramı, bireylerin kendi özelliklerini ve yeterliklerini değerlendirmek için başkalarıyla karşılaştırma yapabildiklerini ileri sürer (Festinger, 1954). Beden algısı bağlamında bu süreç, bireyin kendi bedenini başkalarının bedenleriyle karşılaştırması biçiminde ortaya çıkar. Kadınlar, medya, akranlar, spor ortamları ve sosyal medya platformları üzerinden sürekli olarak idealize edilmiş bedenlerle karşılaştıklarında, kendi bedenlerini bu ideal imgelerle kıyaslayabilirler. Bu karşılaştırmalar çoğu zaman yukarı yönlüdür; yani birey kendini daha fit, daha ince, daha çekici veya daha disiplinli görünen kişilerle kıyaslar (Schaefer & Thompson, 2014).

Üçlü etki modeli, beden algısı üzerinde akranlar, aile ve medyanın ortak etkisini açıklayan önemli bir çerçevedir. Bu modele göre beden memnuniyetsizliği ve yeme davranışı sorunları, medya baskısı, akran baskısı ve aile etkilerinin; ideal beden içselleştirmesi ve görünüş karşılaştırması yoluyla bireyin beden algısını etkilemesiyle oluşabilir (Thompson et al., 1999; van den Berg et al., 2002). Sosyal medya çağında bu üçlü yapı daha karmaşık hâle gelmiştir. Çünkü medya artık yalnızca geleneksel yayın organlarından değil, akranların paylaşımlarından, influencer içeriklerinden ve algoritmik önerilerden oluşmaktadır.

Kadınlarda spor deneyimi, bu model içinde özel bir konuma sahiptir. Spor ortamı hem akran karşılaştırmasını hem medya karşılaştırmasını hem de aile/toplum beklentilerini aynı anda harekete geçirebilir. Bir kadın spor salonunda başka kadınların bedenleriyle, sosyal medyada fitspiration içerikleriyle, aile veya çevre söylemlerinde ise kilo, güzellik ve kadınlık normlarıyla karşılaşabilir. Bu çoklu karşılaşma, sporu yalnızca hareket alanı olmaktan çıkarıp yoğun bir beden değerlendirme alanına dönüştürebilir (Fardouly & Vartanian, 2016; Holland & Tiggemann, 2016).

Bu nedenle kadınların spora katılımını artırmak için yalnızca fiziksel aktivite fırsatlarını çoğaltmak yeterli değildir. Spora eşlik eden karşılaştırma ortamlarının, medya temsillerinin, antrenör dilinin, sosyal medya kullanımının ve beden ideallerinin de ele alınması gerekir. Kadınların spor deneyiminde

'başkaları gibi görünme' baskısını azaltan, 'kendi beden kapasitesiyle ilişki kurma' yaklaşımını güçlendiren modeller daha sürdürülebilir sonuçlar üretebilir (Jankauskiene et al., 2024; Panão & Carraça, 2020).

Tablo 1. Kadınlarda spor, beden algısı ve dijital kültür ilişkisini açıklayan temel kavramlar

Kavram	Kısa açıklama	Dayanak kaynak	Spor bağlamındaki anlamı
Kendini nesneleştirme	Kadının bedenini dışarıdan değerlendirilen bir nesne ya da görünüş projesi gibi algılaması.	Fredrickson & Roberts, 1997; Moradi & Huang, 2008	Spor deneyimini hareketten çok görünüş kontrolüne dönüştürebilir; beden gözetimini ve görünüş kaygısını artırabilir.
Sosyal karşılaştırma	Bireyin bedenini başkalarının bedenleri, dijital imgeleri veya idealize edilmiş temsillerle kıyaslaması.	Festinger, 1954; Schaefer & Thompson, 2014	Fitspiration, spor salonu ortamı ve sosyal medya paylaşımları yoluyla beden memnuniyetsizliğini güçlendirebilir.
Üçlü etki modeli	Aile, akran ve medyanın beden algısı üzerindeki etkisini ideal beden içselleştirmesi ve görünüş karşılaştırması üzerinden açıklayan model.	Thompson et al., 1999; van den Berg et al., 2002	Spor ortamı dördüncü bir bağlamsal alan gibi işleyerek akran, medya ve performans baskılarını birleştirebilir.
Beden işlevselliği	Bedenin görünüşünden çok yapabildiklerine, hissettirdiklerine ve yaşamı mümkün kılan işlevlerine odaklanma.	Alleva et al., 2015a; Jankauskiene et al., 2024; Mahlo & Tiggemann, 2016	Sporun güçlenme, dayanıklılık, hareket kapasitesi ve öz yeterlik boyutunu destekler.
Beden nötrlüğü	Bedeni sürekli beğenme zorunluluğu yerine, bedeni yaşamı taşıyan bir varoluş zemini olarak kabul etme yaklaşımı.	Tylka & Wood-Barcalow, 2015; Wood-Barcalow et al., 2024	Kadınların sporu bedeni cezalandırma veya düzeltme pratiği olarak değil, bedenle ilişki kurma alanı olarak deneyimlemesini destekler.
Algoritmik beden baskısı	Kadınların bedenlerini sosyal medya algoritmaları, yapay zekâ görselleri, AR filtreleri ve platform görünürlüğü tarafından ödüllendirilen beden normlarına göre değerlendirmeye başlaması.	Doh et al., 2025; Dijkslag et al., 2024; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025	Kadınların sporu dijital olarak beğenilebilir beden üretme pratiğine dönüştürme riskini artırır.

Not. Tablo, bölüm kapsamında kullanılan temel kavramları ve bu kavramların spor-kadın beden algısı ilişkisini açıklamadaki yerini özetlemektedir.

3. Kadınlarda Spor, Fiziksel Aktivite ve Beden Algısı

3.1. Sporun Güçlendirici Potansiyeli

Spor ve fiziksel aktivite, kadınların bedenleriyle kurdukları ilişkiyi olumlu yönde dönüştürebilecek güçlü bir alandır. Düzenli fiziksel aktivite, yalnızca fiziksel uygunluğu artırmakla kalmaz; öz güven, öz yeterlik, psikolojik iyi oluş ve beden farkındalığı üzerinde de olumlu etkiler oluşturabilir. Kadınlar spor yoluyla bedenlerini yalnızca değerlendirilmesi gereken bir dış görünüş olarak değil, hareket eden, güçlenen, direnç gösteren ve performans üreten bir yapı olarak deneyimleyebilirler (Campbell & Hausenblas, 2009; Zhang et al., 2024).

Egzersiz müdahalelerinin beden algısı üzerindeki etkilerini inceleyen meta-analizler, fiziksel aktivitenin beden algısında olumlu yönde etkiler oluşturabileceğini göstermektedir. Ancak bu etkiler her koşulda aynı güçte değildir. Egzersizin türü, süresi, yoğunluğu, katılımcı profili, egzersize başlama motivasyonu ve programın görünüş mü yoksa işlevsellik mi vurguladığı sonuçları değiştirebilir (Campbell & Hausenblas, 2009; Panão & Carraça, 2020). Bu nedenle sporun kadın beden algısını otomatik olarak iyileştirdiğini söylemek yerine, hangi spor deneyiminin hangi koşullarda olumlu etki oluşturduğunu tartışmak daha doğru olacaktır.

Türkiye bağlamında da fiziksel aktivite ve beden algısı ilişkisini destekleyen bulgular bulunmaktadır. Güven ve Yalız Solmaz (2022), fiziksel aktivite düzeyi ile beden algısı arasında anlamlı ilişkiler olduğunu göstermiştir. Bu bulgu, kadınlarda beden algısı ve fiziksel aktivite ilişkisinin Türkiye örnekleminde de araştırılabilir ve geliştirilebilir bir alan olduğunu ortaya koymaktadır.

Sporun güçlendirici etkisi özellikle beden işlevselliği üzerinden anlaşılabilir. Beden işlevselliği, bedenin yalnızca nasıl göründüğüne değil, ne yapabildiğine odaklanmayı ifade eder. Yürümek, koşmak, nefes almak, güç üretmek, yük taşımak, dans etmek, esnemek, denge kurmak, temas etmek, iyileşmek ve dinlenmek bedenin işlevsel yönleri arasında değerlendirilebilir. Kadınların spor yoluyla beden işlevselliğini fark etmeleri, bedenlerini yalnızca estetik ölçütlerle değerlendirme eğilimini azaltabilir (Alleva et al., 2015a; Tylka & Wood-Barcalow, 2015).

Sporun güçlendirici boyutu yalnızca bireysel psikolojiyle sınırlı değildir. Kadınların spor alanlarında görünür olması, toplumsal cinsiyet rollerinin dönüşümüne de katkı sağlayabilir. Spor yapan kadın, bedensel yeterlik, güç, mücadele, dayanıklılık ve kamusal görünürlük alanlarında geleneksel kadınlık kalıplarını esnetebilir. Ancak bu dönüşüm, kadın bedeninin yeniden estetik bir vitrine indirgenmediği koşullarda daha anlamlıdır. Kadınların spor yoluyla

güçlenmesi, onların yalnızca fit görünmeleriyle değil, hareket etme hakkını güvenli, saygılı ve kapsayıcı ortamlarda yaşayabilmeleriyle ilişkilidir (UNESCO, 2024).

3.2. Sporun Görünüş Baskısını Yeniden Üretebilen Yönü

Sporun kadın beden algısı üzerindeki etkisi her zaman olumlu değildir. Spor ortamları da toplumdaki güzellik normlarından ve toplumsal cinsiyet beklentilerinden etkilenmektedir. Özellikle bazı branşlarda beden ağırlığı, vücut kompozisyonu, incelik, kas belirginliği veya estetik görünüm doğrudan ya da dolaylı biçimde önemsenebilir. Jimnastik, dans, artistik sporlar, fitness, vücut geliştirme, dayanıklılık sporları ve kilo kategorili branşlar gibi alanlarda sporcu bedeni performans kadar görünüş açısından da değerlendirilebilir (Menzel & Levine, 2011).

Kadın sporcular ve düzenli egzersiz yapan kadınlar, kimi zaman 'güçlü ama fazla kaslı olmayan', 'fit ama kadınsılığını kaybetmeyen', 'ince ama sağlıklı görünen' bir beden idealine yönlendirilebilir. Bu ideal, geleneksel zayıflık baskısının yeni bir biçimidir. Daha önce kadınlardan çoğunlukla zayıf olmaları beklenirken, günümüzde zayıflığın yanında sıkı, kaslı, şekilli ve sürekli kontrol edilen bir bedene sahip olmaları da beklenebilmektedir (Tiggemann & Zaccardo, 2018).

Bu görünüş baskısı, egzersiz motivasyonunu da dönüştürebilir. Kadın spor yaparken kendini daha iyi hissetmek, dayanıklılığını geliştirmek veya sosyal bağ kurmak yerine, bedenini değiştirmeye, kalori yakmaya, kilo vermeye ya da sosyal medyada daha iyi görünmeye odaklanabilir. Görünüş odaklı egzersiz motivasyonu, kısa vadede davranışı başlatabilir; ancak uzun vadede sürdürülebilirlik açısından risklidir. Çünkü beden beklenen hızda değişmediğinde motivasyon düşebilir ve kişi sporu başarısızlık duygusuyla ilişkilendirebilir (Panão & Carraça, 2020; Prichard & Tiggemann, 2008).

Spor ortamlarında kullanılan dil bu süreci güçlendirebilir veya zayıflatabilir. 'Yaz vücudu', 'kalça şekillendirme', 'bel inceltme', 'yağ yakma', 'fazlalıklardan kurtulma' gibi ifadeler, egzersizi bedeni cezalandırma veya düzeltme pratiğine dönüştürebilir. Buna karşılık 'daha güçlü hissetme', 'hareket kalitesi', 'bedeni dinleme', 'dayanıklılık geliştirme', 'denge kurma', 'nefes kapasitesi' ve 'günlük yaşam işlevselliği' gibi ifadeler, kadınların spor deneyimini beden işlevselliğine yaklaştırabilir (Alleva et al., 2020; Cox et al., 2017).

Bu nedenle spor bilimlerinde kadınlara yönelik egzersiz yaklaşımlarının yalnızca fizyolojik çıktılara değil, beden algısı ve psikolojik güvenlik boyutlarına da odaklanması gerekir. Kadınların spora katılımını artırmak için programların kapsayıcı, beden çeşitliliğine saygılı, mahremiyet duyarlı ve yargısız biçimde

tasarlanması önemlidir. Spor ortamının kendisi, kadınların bedenlerini izlemek zorunda hissettikleri bir alan olmaktan çıkarılıp, bedenleriyle ilişki kurabildikleri bir deneyim alanına dönüştürülmelidir (Kerner et al., 2022; UNESCO, 2024).

3.3. Ergen Kızlar, Beden Değişimi ve Spordan Kopuş

Ergenlik dönemi, beden algısının en kırılgan hâle geldiği gelişim dönemlerinden biridir. Bu dönemde bedenin hızlı değişmesi, kilo ve yağ dağılımındaki farklılaşmalar, meme gelişimi, regl deneyimi, akran yorumları ve toplumsal güzellik normları, kız çocuklarının bedenleriyle kurdukları ilişkiyi etkileyebilir. Bedenin daha görünür hâle gelmesi, spor ortamlarında utanma, yargılanma ve kıyaslanma kaygısını artırabilir (Gualdi-Russo et al., 2022; Paxton et al., 2006).

UNESCO'nun 2024 değerlendirmesi, kız çocuklarının ergenlik döneminde spordan kopuşunun önemli bir sorun olduğunu belirtmektedir. Raporda kız çocuklarının sporu bırakmasında kadın rol modellerin eksikliği, güvenlik kaygıları, özgüven sorunları ve olumsuz beden algısı gibi faktörlerin etkili olduğu vurgulanmaktadır (UNESCO, 2024). Bu bulgu, beden algısının fiziksel aktiviteye katılımda yalnızca bireysel bir duygu değil, spora erişim hakkını etkileyen yapısal bir değişken olduğunu göstermektedir.

Okul beden eğitimi ve spor ortamları ergen kızlar için hem destekleyici hem de zorlayıcı olabilir. Destekleyici bir beden eğitimi ortamı, hareket becerilerini geliştirebilir, sosyal bağları güçlendirebilir ve beden işlevselliğini artırabilir. Ancak rekabetçi, kıyaslayıcı, cinsiyetçi veya görünüş odaklı bir ortam, kız çocuklarının beden utancı yaşamasına neden olabilir. Bu nedenle beden eğitimi programlarında beden algısı eğitimi, medya okuryazarlığı, beden çeşitliliği ve güvenli katılım ilkeleri daha fazla yer almalıdır (Kerner et al., 2022).

Ergen kızların spordan kopuşunda sosyal medya da önemli bir rol oynayabilir. Genç kızlar, sosyal medya platformlarında hem akranlarının hem influencerların hem de fitspiration içeriklerinin idealize edilmiş bedenleriyle karşılaşmaktadır. Bu karşılaşma, kendi beden değişimlerini 'kusur' gibi algılamalarına neden olabilir. Özellikle filtreli görseller, ergenlik döneminin doğal beden değişimlerini kabul etmeyi zorlaştırabilir (Fardouly et al., 2018; Szambolics et al., 2023).

Bu bağlamda kız çocuklarının spora devamını desteklemek için yalnızca branş çeşitliliği veya tesis erişimi yeterli değildir. Spor ortamlarında regl, kıyafet, mahremiyet, güvenlik, beden değişimi ve sosyal medya baskısı açık biçimde konuşulmalıdır. Kız çocuklarına bedenlerinin yalnızca görünüşleriyle değil, hareket edebilme ve yaşamı taşıma kapasiteleriyle değerli olduğu hissettirilmelidir. Bu yaklaşım, erken yaşlardan itibaren beden işlevselliği ve beden kabulü temelli bir spor kültürü oluşturulmasına katkı sağlayabilir.

4. Dijitalleşen Spor Bedeni: Sosyal Medya ve Fitspiration

4.1. Sosyal Medyanın Beden Algısını Dönüştüren Yapısı

Sosyal medya, kadın bedeninin temsil edilme biçimini köklü biçimde değiştirmiştir. Geleneksel medya döneminde kadınlar çoğunlukla dergiler, televizyon, sinema ve reklamlar aracılığıyla ideal beden imgelerine maruz kalırken, sosyal medya döneminde bu imgeler daha yoğun, kişiselleştirilmiş, etkileşimli ve gündelik hayatın içine yerleşmiş biçimde deneyimlenmektedir. Sosyal medya yalnızca izlenen bir alan değildir; bireyin kendi bedenini sunduğu, düzenlediği, paylaştığı ve başkalarının tepkileriyle değerlendirdiği bir alandır (Fardouly & Vartanian, 2016; Holland & Tiggemann, 2016).

Kadınların sosyal medyada bedenlerini sunma biçimleri, platformların görünürlük mantığından etkilenir. Beğeni, yorum, paylaşım ve takipçi sayısı gibi ölçütler, bedenin sosyal onayla ilişkilendirilmesine yol açabilir. Kullanıcı hangi fotoğrafının daha çok beğeni aldığını, hangi açıların daha iyi göründüğünü, hangi kıyafetlerin daha fazla etkileşim sağladığını veya hangi egzersiz içeriklerinin daha görünür olduğunu fark ettikçe, bedenini platform beklentilerine göre düzenlemeye başlayabilir. Böylece beden algısı yalnızca bireyin içsel değerlendirmesiyle değil, dijital geri bildirim mekanizmalarıyla da şekillenir (Vandenbosch et al., 2022).

Sosyal medya beden karşılaştırmasını sürekli ve görsel hâle getirir. Kadınlar, kendi bedenlerini yalnızca yakın çevreleriyle değil, dünyanın farklı yerlerinden kullanıcılarla, influencerlarla, sporcularla, modellerle ve yapay biçimde düzenlenmiş görsellerle karşılaştırabilirler. Bu karşılaştırmalar çoğu zaman gerçekçi değildir; çünkü sosyal medyada görülen bedenler seçilmiş, pozlanmış, ışıklandırılmış, düzenlenmiş veya filtrelenmiş olabilir. Ancak kullanıcı bu yapaylığı bilse bile görsel etki beden algısını etkileyebilir (Fardouly et al., 2015; Saiphoo & Vahedi, 2019).

İnternet ve sosyal ağ kullanımının beden memnuniyetsizliğiyle ilişkisini inceleyen çalışmalar, özellikle görsel odaklı platformlarda görünüş karşılaştırmasının, zayıflık/fitlik ideali içselleştirmesinin ve beden gözetiminin güçlenebildiğini göstermektedir. Ergen kızlar ve genç kadınlar açısından bu süreç, sosyal medya kullanım süresinden bağımsız olarak içerik türü, takip edilen hesaplar, etkileşim biçimi ve görsel düzenleme pratikleriyle birlikte değerlendirilmelidir (Rodgers & Melioli, 2016; Tiggemann & Miller, 2010; Tiggemann & Slater, 2013).

Sporun sosyal medyada sunulma biçimi, bedenin dijital bir vitrine dönüşmesini hızlandırabilir. Egzersiz videosu, antrenman sonrası fotoğraf, dönüşüm paylaşımı, tartı sonucu, kalori hesabı, adım sayısı veya akıllı saat verisi,

bedenin sürekli izlenen ve belgelenen bir projeye dönüşmesine neden olabilir. Bu durum bazı bireylerde motivasyon sağlayabilirken, bazı bireylerde bedensel denetimi ve kaygıyı artırabilir. Kadınların spor deneyimi, hareketin kendisinden çok hareketin nasıl göründüğü, nasıl paylaşıldığı ve nasıl değerlendirildiği üzerinden anlam kazanabilir.

Sosyal medyanın spor ve beden algısı üzerindeki etkisini yalnızca bireysel kullanım alışkanlıklarıyla açıklamak yeterli değildir. Platform mimarileri, algoritmalar, influencer ekonomisi, fitness pazarı, güzellik endüstrisi ve dijital reklamcılık bu süreci birlikte üretmektedir. Kadınlara sağlıklı, güçlü ve özgür olmaları söylenirken, aynı anda belirli bir bedene sahip olmaları da ima edilir. Bu nedenle sosyal medya bağlamında spor ve beden algısı tartışması, kullanıcı davranışlarının yanında dijital sistemlerin nasıl çalıştığını da sorgulamalıdır (Doh et al., 2025; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025).

4.2. Fitspiration: Sağlıklı Yaşam Söyleminden Estetik Bedene

Fitspiration, fitness ve inspiration kelimelerinin birleşiminden oluşan ve bireyleri fiziksel aktiviteye, sağlıklı beslenmeye veya fit görünmeye teşvik eden sosyal medya içeriklerini ifade eder. İlk bakışta bu içerikler olumlu bir sağlık mesajı taşıyor gibi görünebilir. Ancak literatürde fitspiration içeriklerinin önemli bir bölümünün ince, sıkı, kaslı, düşük yağ oranına sahip ve estetik olarak idealize edilmiş bedenleri öne çıkardığı belirtilmektedir (Carrotte et al., 2017; Tiggemann & Zaccardo, 2018).

Fitspiration kültürünün temel sorunu, sağlık ve görünüş arasındaki sınırı bulanıklaştırmasıdır. 'Sağlıklı ol', 'güçlü ol', 'pes etme', 'disiplinli ol' gibi ifadeler, görünüşte olumlu mesajlar taşır; ancak çoğu zaman belirli bir beden formuyla birlikte sunulur. Böylece sağlık, belirli bir estetik görünümle özdeşleştirilir. Kadınlar için bu estetik görünüm çoğunlukla ince ama kaslı, sıkı ama kadınsı, güçlü ama aşırı kaslı olmayan, kontrollü ama doğal görünen bir bedendir (Tiggemann & Zaccardo, 2015, 2018).

Fitspiration içeriklerinin kadın beden algısı üzerindeki etkisi deneysel ve derleme çalışmalarla tartışılmıştır. Tiggemann ve Zaccardo'nun deneysel çalışması, fitspiration görsellerine maruz kalmanın kadınlarda olumsuz duygu durumunu ve beden memnuniyetsizliğini artırabileceğini göstermiştir (Tiggemann & Zaccardo, 2015). Jerónimo ve arkadaşlarının sistematik derlemesi de fitspiration içeriklerinin özellikle genç ve kadın örneklemlerde negatif beden algısı, görünüş karşılaştırması ve olumsuz duygu durumu ile ilişkili olabileceğini ortaya koymaktadır (Jerónimo et al., 2022).

Güncel araştırmalar, fitspiration içeriklerinin yalnızca yetişkin kadınlar açısından değil, ergenler ve genç kullanıcılar açısından da dikkatle ele alınması

gerektiğini göstermektedir. Özellikle sosyal medyada idealize edilmiş spor bedenleriyle sık karşılaşmak, beden saygısı, görünüş karşılaştırması ve kilo verme isteği üzerinde baskı oluşturabilir. Bu bulgular, fitspiration içeriklerinin spor motivasyonu sağlayabilmesine rağmen beden algısı bakımından her zaman koruyucu bir içerik türü olarak görülemeyeceğini düşündürmektedir (Easton et al., 2018; Stice, 2002).

Fitspiration kültürünün bir diğer yönü, sporun anlamını dönüştürmesidir. Spor, bedeni iyi hissetmek veya güçlenmek için yapılan bir etkinlik olmaktan çıkıp, beğenilebilir bir görünüşe ulaşma aracı hâline gelebilir. Bu tür dışsal ve görünüş odaklı motivasyonlar, hareketten haz alma, bedeni dinleme, dinlenme, sakatlanmayı önleme ve psikolojik iyi oluş gibi boyutları ikinci plana itebilir. Bu nedenle fitspiration yalnızca spor motivasyonu üreten masum bir içerik türü olarak değil, beden politikalarının dijital bir uzantısı olarak değerlendirilmelidir (Easton et al., 2018; Panão & Carraça, 2020).

Fitspiration içeriklerinde kadın bedeninin çoğu zaman parçalanmış biçimde sunulması da önemlidir. Karın kası, kalça, bacak, bel, kol ve sırt gibi beden bölgeleri ayrı ayrı hedef hâline getirilir. Bu parçalanmış beden sunumu, kadınların kendi bedenlerini bütün olarak değil, düzeltilmesi gereken parçalar toplamı olarak algılamasına neden olabilir. Böylece spor, bütüncül bir hareket deneyimi olmaktan çıkar ve belirli beden bölgelerini şekillendirmeye yönelik estetik bir çalışma alanına dönüşür.

Bununla birlikte fitspiration içeriklerinin tamamının zararlı olduğu söylenemez. Bazı içerikler hareketi, güçlenmeyi, dayanıklılığı, beden çeşitliliğini ve sporun psikolojik faydalarını öne çıkarabilir. Sorun, fitspiration kültürünün baskın biçimde görünüş merkezli çalışmasıdır. Bu nedenle spor bilimleri açısından temel mesele, sosyal medyada sporu daha kapsayıcı, işlevsellik odaklı, yargısız ve beden çeşitliliğine açık biçimde temsil edebilmektir.

4.3. Body Positivity, Beden Nötrlüğü ve Dijital Direnç

Sosyal medyada beden baskılarına karşı ortaya çıkan en görünür karşı söylemlerden biri body positivity hareketidir. Bu hareket, farklı bedenlerin görünür olmasını, güzelliğin tek tip ölçütlerle tanımlanmamasını ve bedenlerin kabul edilmesini savunur. Body positive içeriklerin kadınlarda beden memnuniyeti, beden takdiri ve duygu durumu üzerinde kısa vadeli olumlu etkiler oluşturabileceğini gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Cohen et al., 2019).

Ancak body positivity yaklaşımı da sınırlılıklar taşır. Bazı body positive içerikler zamanla ticari markalar, influencer ekonomisi ve estetikleştirilmiş temsil biçimleri içinde yeniden görünüş odaklı hâle gelebilir. Ayrıca 'bedenini

sev' mesajı, bedeni sürekli olumlu değerlendirme zorunluluğu yaratarak bazı bireylerde yeni bir baskı oluşturabilir. Bu nedenle body positivity, beden çeşitliliğini görünür kılması açısından değerli olsa da, tek başına tüm beden algısı sorunlarını çözebilecek bir yaklaşım olarak görülmemelidir (Tylka & Wood-Barcalow, 2015).

Beden nötrlüğü bu noktada daha dengeli bir alternatif sunar. Beden nötrlüğü, bedeni sürekli sevme, beğenme veya yüceltme zorunluluğunu azaltır. Bu yaklaşım, bedeni estetik bir değerlendirme nesnesi olmaktan çıkarıp, yaşama, hareket etmeye, hissetmeye, dinlenmeye, üretmeye ve ilişki kurmaya olanak sağlayan bir zemin olarak ele alır. Spor bağlamında beden nötrlüğü, egzersizi bedeni düzeltme projesi olmaktan çıkarıp bedenle ilişkilenme pratiğine dönüştürebilir.

Beden işlevselliği, beden nötrlüğünün spor alanındaki en somut karşılığıdır. Kadınlara yönelik spor içeriklerinde 'nasıl göründüğün' yerine 'bedenin ne yapabiliyor', 'ne hissediyor', 'hangi hareketlerde gelişiyor', 'hangi işlevleri güçleniyor' sorularının öne çıkarılması, dijital beden baskısına karşı koruyucu olabilir. Bu yaklaşım, hem sosyal medya içerik üretiminde hem antrenör dilinde hem de spor programı tasarımında uygulanabilir (Alleva et al., 2015a, 2015b; Jankauskiene et al., 2024; Mahlo & Tiggemann, 2016).

Bu nedenle sosyal medya çağında kadınlarda spor ve beden algısı tartışması, yalnızca zararlı içeriklerden kaçınma önerisiyle sınırlı kalmamalıdır. Kadınlara dijital beden normlarını eleştirel okuyabilecekleri, filtrelenmiş görselleri tanıyabilecekleri, algoritmik görünürlüğün nasıl çalıştığını anlayabilecekleri ve kendi hareket deneyimlerini estetik onaya indirgemeden sürdürebilecekleri bir dijital medya okuryazarlığı kazandırılmalıdır.

5. Algoritmik Güzellik Kültürü ve Yapay Zekâ Filtreleri

5.1. Filtrelenen Beden ve Dijital Ayna Etkisi

Dijital çağın en yeni ve dikkat çekici yönlerinden biri, güzellik normlarının artık yalnızca insanlar tarafından değil, algoritmalar ve yapay zekâ sistemleri tarafından da üretilmesidir. Artırılmış gerçeklik filtreleri, yüz güzelleştirme uygulamaları, beden inceltme araçları, cilt düzeltme efektleri ve yapay zekâ destekli görsel üretim sistemleri, kadın bedeninin dijital ortamda yeniden biçimlendirilmesine olanak tanımaktadır. Bu teknolojiler çoğu zaman eğlenceli, yaratıcı veya kişisel ifade araçları olarak sunulsa da, aynı zamanda belirli güzellik normlarını görünmez biçimde güçlendirebilir (Javornik et al., 2022; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025).

Algoritmik güzellik kültürü, dijital sistemlerin belirli yüz ve beden özelliklerini daha estetik, daha çekici veya daha görünür kabul ettiği bir ortamı ifade eder. Bu kültürde güzellik yalnızca sosyal olarak değil, teknik olarak da düzenlenir. Filtreler cildi pürüzsüzleştirir, yüzü inceltir, gözleri büyütür, dudakları belirginleştirir, burnu küçültür, çeneyi keskinleştirir ve bedeni daha simetrik veya daha ideal hâle getirebilir. Böylece kullanıcı, kendi gerçek görüntüsü ile filtrelenmiş görüntüsü arasında sürekli bir karşılaştırma yapmaya başlar (Dijkslag et al., 2024; Doh et al., 2025; Gulati et al., 2024).

Schroeder ve Behm-Morawitz'in çalışması, zayıflatıcı güzellik filtrelerinin beden algısı, kilo verme isteği, kendini nesneleştirme ve yağ karşıtı tutumlar üzerinde etkili olabileceğini göstermesi açısından önemlidir. Bu tür filtreler yalnızca başkalarıyla karşılaştırma üretmez; bireyin kendi filtrelenmiş imgesi ile gerçek imgesi arasında da karşılaştırma oluşturur. Bu süreç 'sosyal öz-karşılaştırma' olarak düşünülebilir ve beden memnuniyetsizliği açısından yeni bir risk alanı yaratır (Schroeder & Behm-Morawitz, 2025).

Kadınlar açısından bu durum, beden algısının daha da kırılgan hâle gelmesine neden olabilir. Çünkü sosyal medyada karşılaşılan bedenler artık yalnızca seçilmiş ve pozlanmış bedenler değildir; aynı zamanda teknolojik olarak iyileştirilmiş bedenlerdir. Kullanıcı karşısındaki görselin düzenlenmiş olduğunu bilse bile, ideal beden imgesi zihinsel bir ölçüt hâline gelebilir. Bu ölçüt gündelik hayattaki gerçek beden deneyimiyle uyuşmadığında, birey kendini eksik, kusurlu veya yetersiz hissedebilir. AR yüz filtreleri ve güzelleştirici dijital araçlar üzerine yapılan çalışmalar, bu tür düzenlemelerin yüz ve beden memnuniyeti ile öz-algı süreçlerinde karşılaştırmaya dayalı etkiler oluşturabileceğini göstermektedir (Dijkslag et al., 2024; Javornik et al., 2022).

Spor bağlamında filtrelenmiş bedenler daha özel bir sorun yaratır. Egzersiz yapan kadın bedeni, hareket hâlindeki doğal bir beden olmaktan çok, estetik bir performans nesnesi olarak sunulabilir. Spor kıyafetleri, kas belirginliği, terin estetikleştirilmesi, kalça ve karın vurgusu, önce-sonra beden dönüşümleri ve kusursuz antrenman görüntüleri, kadınların spor deneyimini görünüş merkezli bir alana çekebilir. Bu noktada spor, bedenin özgürleştiği değil, dijital olarak yeniden paketlendiği bir sahneye dönüşebilir. Bu nedenle dijital spor temsilleri, kadınların spora katılımını destekleyebileceği gibi bedenin estetik olarak değerlendirilmesini de güçlendirebilir (Carrotte et al., 2017; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025; Tiggemann & Zaccardo, 2018).

5.2. Yapay Zekâ, Üretilmiş Bedenler ve Temsil Sorunu

Yapay zekâ destekli görsel üretim sistemleri, kadın bedeni ve spor temsilini yeni bir düzleme taşımaktadır. Bu sistemler 'fit kadın', 'sporcu kadın', 'sağlıklı

kadın bedeni' veya 'fitness yapan kadın' gibi komutlarla görseller ürettiğinde, çoğu zaman mevcut kültürel kalıpları yeniden üretebilir. Genç, ince, simetrik, pürüzsüz, belirli güzellik standartlarına uygun ve çoğu zaman gerçekçi olmayan kadın imgelerinin tekrar tekrar üretilmesi, sporcu kadın bedenine ilişkin sınırlı bir görsel repertuvar oluşturabilir (Sun et al., 2024).

Bu temsil sorunu yalnızca estetik değildir; kapsayıcılık ve erişim açısından da önemlidir. Eğer dijital platformlarda görünür olan sporcu kadın bedeni belirli bir estetik tipe sıkışırsa, farklı yaş, beden ölçüsü, engellilik durumu, kültürel arka plan, etnik kimlik, inanç, spor deneyimi ve performans düzeyine sahip kadınlar görünmezleşebilir. Bu görünmezlik, kadınların sporu kendi bedenleriyle ilişkilendirmesini zorlaştırabilir. Spor, yalnızca belirli bir bedene sahip olanların alanı gibi algılanabilir.

Yapay zekâ görselleri ve algoritmik öneriler, yalnızca mevcut güzellik normlarını yansıtmakla kalmayabilir; onları güçlendirip dolaşıma da sokabilir. Bir platform belirli bedenleri daha fazla görünür kıldığında, kullanıcılar bu bedenleri daha normal, daha değerli veya daha ulaşılması gereken bedenler olarak algılayabilir. Bu durum, bedene ilişkin kültürel normların yalnızca insanlar tarafından değil, dijital sistemler tarafından da şekillendirildiğini göstermektedir (Doh et al., 2025; Vandenbosch et al., 2022).

Bu bölümde, söz konusu süreci açıklamak üzere 'algoritmik beden baskısı' kavramı kavramsal bir öneri olarak kullanılmaktadır. Algoritmik beden baskısı, kadınların bedenlerini yalnızca toplumsal, kültürel veya kişilerarası güzellik normlarına göre değil; sosyal medya algoritmaları, yapay zekâ destekli görsel üretim sistemleri, artırılmış gerçeklik filtreleri, beğeni ekonomisi ve platform görünürlüğü tarafından ödüllendirilen beden temsillerine göre değerlendirmeye başlamasıdır. Bu baskı çoğu zaman görünmezdir; doğrudan emir vermez, fakat hangi bedenlerin daha çok beğenildiğini, paylaşıldığını ve görünür olduğunu sürekli olarak gösterir (Dijkslag et al., 2024; Doh et al., 2025; Gulati et al., 2024; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025).

Algoritmik beden baskısı, spor alanında iki düzeyde işler. Birincisi, kadınların kendi bedenlerini algoritmik olarak ödüllendirilen beden normlarına göre değerlendirmesine neden olur. İkincisi, sporun kendisini estetik görünürlük üzerinden anlamlandırır. Böylece hareket etmek, güçlenmek veya bedeni deneyimlemek yerine, hareketin nasıl göründüğü ve dijital olarak nasıl karşılık bulduğu önem kazanır. Bu durum sporun psikolojik iyi oluş ve bedensel güçlenme potansiyelini zayıflatabilir.

5.3. Kadın Spor Bedeninin Dijital Vitrine Dönüşmesi

Kadın spor bedeninin dijital vitrine dönüşmesi, yalnızca bireysel paylaşım tercihlerinin sonucu değildir. Spor endüstrisi, fitness pazarı, influencer ekonomisi, giyim markaları, diyet kültürü, güzellik uygulamaları ve platform algoritmaları bu vitrini birlikte üretir. Kadınlara 'aktif ol', 'sağlıklı ol', 'güçlü ol' mesajı verilirken, aynı zamanda bu aktifliğin belirli bir estetik görünümle belgelenmesi beklenir. Bu beklenti, sporun anlamını sağlık ve katılımdan görünüş ve onaya kaydırabilir. Sosyal medya, influencer kültürü ve görsel ağırlıklı platform dinamikleri bu nedenle bedenin nasıl sunulduğunu ve nasıl değerlendirildiğini doğrudan etkileyen bağlamsal unsurlar olarak ele alınmalıdır (Carrotte et al., 2017; Fardouly et al., 2018; Vandenbosch et al., 2022).

Dijital vitrin, kadın bedeninin doğal hâllerini görünmez kılar. Spor sırasında beden terler, yorulur, kızarır, şişer, nefes nefese kalır, performansı değişir, bazen ağrır, bazen dinlenmeye ihtiyaç duyar. Ancak sosyal medyada öne çıkan spor bedeni çoğu zaman pürüzsüz, kontrollü, düzenlenmiş ve estetikleştirilmiş hâliyle sunulur. Bu fark, kadınların kendi doğal spor deneyimlerini eksik veya yetersiz algılamalarına neden olabilir. Filtrelenmiş ya da düzenlenmiş imgelerle sık karşılaşma, özellikle yukarı yönlü görünüş karşılaştırmaları üzerinden beden memnuniyetini zayıflatabilecek bir etki alanı oluşturabilir (Dijkslag et al., 2024; Fardouly et al., 2015; Saiphoo & Vahedi, 2019).

Dijital vitrinde spor, 'görülmeye değer performans' hâline gelir. Kadın egzersiz yaparken yalnızca hareket etmiyor; potansiyel olarak izlenebilir, paylaşılabilir, yorumlanabilir ve karşılaştırılabilir bir görüntü üretiyor olabilir. Bu durum bazı kadınlarda motivasyonu artırabilir; ancak bazı kadınlarda beden gözetimini, performans kaygısını ve görünüş denetimini güçlendirebilir. Bu nedenle sosyal medyada spor görünürlüğü çift yönlü değerlendirilmelidir; bu yapı, sosyal medya görünürlüğünün hem motivasyon ve topluluk desteği hem de beden gözetimi ve dışsal motivasyon açısından birlikte değerlendirilmesini gerekli kılar (Javornik et al., 2022; Panão & Carraça, 2020; Prichard & Tiggemann, 2008).

Kadınların spor deneyimini dijital vitrinden kurtarmak, sosyal medyanın tamamen terk edilmesi anlamına gelmez. Aksine, sosyal medya beden işlevselliği, kapsayıcı temsil, sporun psikolojik faydaları, kadın dayanışması ve farklı bedenlerin hareket hakkı için güçlü bir araç olabilir. Ancak bunun için içerik üretiminde estetik idealler yerine beden çeşitliliği, hareket deneyimi, süreç, güven, dinlenme ve öz şefkat vurgusu artırılmalıdır (Cohen et al., 2019; Cox et al., 2019).

6. Kavramsal Model: Algoritmik Beden Baskısından İşlevsel Beden Deneyimine

Kadınlarda spor, beden algısı ve algoritmik güzellik kültürü ilişkisini açıklamak için bu bölümde dört düzeyli bir kavramsal model kullanılmaktadır. Model; dijital-kültürel baskılar, psikolojik aracılar, spor deneyimi ve koruyucu/dönüştürücü mekanizmalar düzeylerinden oluşmaktadır. Bu yapı, kadınların spora katılımını yalnızca bireysel motivasyon veya fiziksel uygunluk düzeyiyle açıklamak yerine dijital kültür, psikolojik süreçler ve spor ortamlarını birlikte değerlendiren bütüncül bir çerçeve sunmaktadır.

İlk düzey dijital-kültürel baskılardır. Bu düzeyde sosyal medya platformları, fitspiration içerikleri, güzellik filtreleri, yapay zekâ destekli görseller, influencer kültürü, beğeni ekonomisi ve algoritmik görünürlük mekanizmaları yer alır. Bu unsurlar, kadın bedenine ilişkin ideal imgeleri sürekli üretir ve görünür kılar. Kadınlar bu imgelerle tekrar tekrar karşılaştıkça, kendi bedenlerini bu normlara göre değerlendirme eğilimi gösterebilirler (Dijkslag et al., 2024; Doh et al., 2025; Fardouly & Vartanian, 2016; Javornik et al., 2022; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025).

İkinci düzey psikolojik aracılardır. Dijital-kültürel baskılar doğrudan beden algısını etkilemek yerine sosyal karşılaştırma, kendini nesneleştirme, beden gözetimi, görünüş kaygısı, beden utancı ve ideal beden içselleştirmesi gibi süreçler aracılığıyla etkili olabilir. Bu aracılar, kadınların kendi bedenlerini dışarıdan bakan bir gözle değerlendirmesine neden olabilir (Festinger, 1954; Fredrickson & Roberts, 1997; van den Berg et al., 2002).

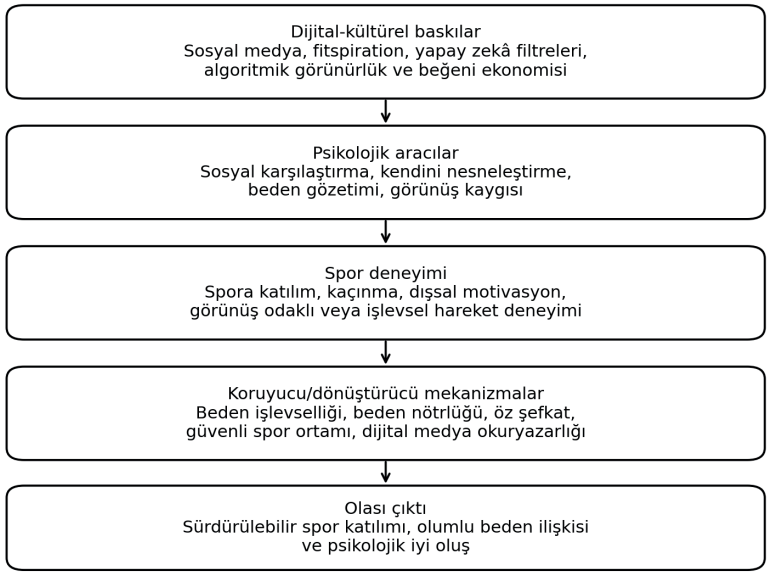
Üçüncü düzey spor deneyimidir. Kadınların spora katılımı bu psikolojik süreçlerden etkilenebilir. Görünüş kaygısı yüksek olan kadınlar spora başlayabilir; ancak sporu bedenlerini düzeltme aracı olarak gördüklerinde sürdürülebilir katılım zorlaşabilir. Bazı kadınlar ise yargılanma korkusu nedeniyle spor ortamlarından uzaklaşabilir. Dolayısıyla beden algısı, spora katılımın hem nedeni hem de sonucu olabilir (Davelaar et al., 2021; Kerner et al., 2022).

Dördüncü düzey koruyucu ve dönüştürücü mekanizmalardır. Beden işlevselliği, beden nötrlüğü, öz şefkat, güvenli spor ortamı, kapsayıcı temsil, antrenör desteği, mahremiyet duyarlılığı ve dijital medya okuryazarlığı bu mekanizmalar arasında yer alır. Bu unsurlar, algoritmik beden baskısının olumsuz etkilerini azaltabilir ve kadınların spor deneyimini daha güçlendirici hâle getirebilir (Alleva et al., 2015a; Cox et al., 2019; Jankauskiene et al., 2024).

Modelin temel önermesi şudur: Kadınların spor deneyimi, yalnızca bedensel kapasiteye bağlı değildir; bedenin toplumsal ve dijital olarak nasıl görüldüğü,

yorumlandığı ve karşılaştırıldığıyla da ilişkilidir. Bu nedenle kadınlarda spor katılımını destekleyen her yaklaşım, beden algısı, dijital medya, spor ortamı ve psikolojik güvenlik boyutlarını birlikte ele almalıdır.

Şekil 1. Kadınlarda spor, beden algısı ve algoritmik beden baskısı modeli



Not. Şekil, kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisinin dijital kültür, psikolojik aracılar, spor deneyimi ve koruyucu mekanizmalarla birlikte nasıl açıklanabileceğini göstermektedir.

7. Uygulama Alanları İçin Öneriler

Kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisini güçlendirmek için spor bilimleri, beden eğitimi, rekreasyon, antrenörlük ve dijital medya alanlarının birlikte düşünülmesi gerekmektedir. İlk öneri, spor programlarında görünüş odaklı dilin azaltılmasıdır. Kadınlara yönelik egzersiz programları 'zayıflama', 'sıkılaşma', 'kalça büyütme', 'bel inceltme' gibi estetik hedefler üzerinden değil; güçlenme, hareket kalitesi, dayanıklılık, esneklik, enerji, iyi oluş ve yaşam kalitesi üzerinden sunulmalıdır (Alleva et al., 2020; Panão & Carraça, 2020).

İkinci öneri, antrenör ve eğitmen eğitimlerinde beden algısı farkındalığının artırılmasıdır. Antrenörler, kadınların bedenlerine yönelik yorumların psikolojik etkilerini bilmelidir. Beden ağırlığı, dış görünüş veya beden ölçüleri üzerinden yapılan gelişigüzel yorumlar, katılımcıların spordan uzaklaşmasına neden olabilir. Bunun yerine süreç odaklı, destekleyici ve işlevsellik temelli geri bildirimler kullanılmalıdır (Cox et al., 2017; Kerner et al., 2022).

Üçüncü öneri, spor ortamlarının güvenli ve kapsayıcı biçimde düzenlenmesidir. Kadınların spor alanlarında kendilerini izleniyor, yargılanıyor veya rahatsız ediliyor hissetmemeleri için fiziksel düzenlemeler, personel eğitimi, açık davranış kuralları ve şikâyet mekanizmaları oluşturulmalıdır. Kadınların mahremiyet, kıyafet rahatlığı, regl dönemi ve bedensel ihtiyaçları dikkate alınmalıdır. Bu yaklaşım, kadınların spor ortamlarını yalnızca performans alanı değil, güvenli katılım alanı olarak deneyimlemelerini destekleyebilir (UNESCO, 2024).

Dördüncü öneri, sosyal medya ve dijital medya okuryazarlığının spor eğitimiyle ilişkilendirilmesidir. Kadınlara ve kız çocuklarına sosyal medyada gördükleri bedenlerin çoğu zaman seçilmiş, düzenlenmiş ve filtrelenmiş olduğu anlatılmalıdır. Ancak bu bilgi yalnızca 'sosyal medyaya inanma' düzeyinde kalmamalıdır. Platform algoritmalarının hangi bedenleri görünür kıldığı, beğeni ekonomisinin nasıl çalıştığı ve fitspiration içeriklerinin nasıl eleştirel okunabileceği de tartışılmalıdır (Dijkslag et al., 2024; Doh et al., 2025; Javornik et al., 2022; Vandenbosch et al., 2022).

Beşinci öneri, spor kampanyalarında beden çeşitliliğinin artırılmasıdır. Farklı yaş, beden ölçüsü, fiziksel yeterlik, kültürel arka plan ve spor deneyimine sahip kadınlar görünür kılınmalıdır. Spor yalnızca genç, ince, kaslı ve estetik olarak idealize edilmiş kadınların alanı gibi sunulmamalıdır. Temsilin çeşitlenmesi, kadınların sporu kendi bedenleriyle ilişkilendirebilmelerini kolaylaştırabilir (Cohen et al., 2019; UNESCO, 2024).

Altıncı öneri, beden işlevselliği temelli müdahalelerin spor programlarına entegre edilmesidir. Kadınların spor sonrası yalnızca kaç kalori yaktıklarını veya kaç kilo verdiklerini değil, bedenlerinin neyi daha iyi yapabildiğini fark etmeleri sağlanmalıdır. Örneğin 'bugün daha uzun yürüyebildim', 'daha rahat nefes aldım', 'daha dengeli durabildim', 'kendimi daha güçlü hissettim' gibi farkındalıklar desteklenmelidir. Bu yaklaşım beden işlevselliği ve beden kabulü açısından koruyucu olabilir (Alleva et al., 2015a; Jankauskiene et al., 2024).

Araştırma alanında ise Türkiye bağlamında kadınlarda spor, beden algısı ve sosyal medya ilişkisini birlikte ele alan çalışmaların artırılması önemlidir. Özellikle fitspiration içerikleri, yapay zekâ filtreleri, beden nötrlüğü, beden işlevselliği, spor salonu deneyimleri, kız çocuklarının spordan kopuş nedenleri ve dijital medya okuryazarlığı gibi başlıklar daha ayrıntılı biçimde incelenmelidir. Bu alan, spor bilimleri ile medya çalışmaları, psikoloji, toplumsal cinsiyet çalışmaları ve sağlık iletişimi arasında disiplinler arası bir araştırma zemini sunmaktadır.

Tablo 2. Kadınlarda spora katılımı destekleyen uygulama önerileri

Sorun alanı	Olası risk	Uygulama önerisi	Hedef grup	Dayanak literatür
Görünüş odaklı egzersiz dili	Sporun zayıflama ve beden düzeltme pratiğine indirgenmesi	Program hedeflerini kuvvet, dayanıklılık, hareket kalitesi, iyi oluş ve beden işlevselliği üzerinden kurmak	Antrenörler, eğitmenler, spor salonları	Alleva et al., 2020; Panão & Carraça, 2020
Sosyal medya ve fitspiration baskısı	Yukarı yönlü karşılaştırma, beden memnuniyetsizliği ve dışsal motivasyon	Dijital medya okuryazarlığı, filtre farkındalığı ve beden çeşitliliği içeren içerik eğitimleri geliştirmek	Genç kadınlar, ergen kızlar, spor öğrencileri	Fardouly & Vartanian, 2016; Jerónimo et al., 2022
Spor ortamlarında yargılanma korkusu	Spordan kaçınma, mahremiyet kaygısı ve düşük katılım	Güvenli alan politikaları, açık davranış kuralları, kapsayıcı soyunma/duş düzenlemeleri ve şikâyet mekanizmaları oluşturmak	Spor tesisleri, okullar, kulüpler	Kerner et al., 2022; UNESCO, 2024
Antrenör/ eğitmen geri bildirimi	Beden utancı, performans kaygısı ve kendini nesneleştirme	Süreç odaklı, işlevsellik temelli ve bedeni yargılamayan geri bildirim dili kullanmak	Antrenörler, beden eğitimi öğretmenleri	Cox et al., 2017; Fredrickson & Roberts, 1997
Algoritmik güzellik ve filtrelenmiş bedenler	Gerçek beden ile filtrelenmiş/dijital beden arasında öz-karşılaştırma	AR/yapay zekâ filtrelerinin beden algısı üzerindeki etkilerini eğitim içeriklerine ve spor kampanyalarına dahil etmek	Spor bilimciler, medya ekipleri, içerik üreticiler	Dijkslag et al., 2024; Javornik et al., 2022; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025
Temsil eksikliği	Sporun yalnızca genç, ince ve fit bedenlere aitmiş gibi algılanması	Farklı yaş, beden ölçüsü, kültürel arka plan, engellilik durumu ve deneyim düzeyinden kadınları görünür kılmak	Kurumlar, belediyeler, federasyonlar	Cohen et al., 2019; Gualdi-Russo et al., 2022

Not. Tablo, bölümde tartışılan kuramsal çerçeveye dayanarak uygulayıcılar için somut önerileri özetlemektedir.

8. Araştırma Boşlukları ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Bu kitap bölümünün ortaya koyduğu çerçeve, kadınlarda spor ve beden algısı çalışmalarının sosyal medya ve algoritmik güzellik kültürüyle birlikte ele alınması gerektiğini göstermektedir. Buna karşın literatürde hâlâ önemli boşluklar bulunmaktadır. İlk boşluk, Türkiye bağlamında spor yapan kadınların sosyal medya, fitspiration ve yapay zekâ filtreleriyle kurdukları ilişkinin yeterince incelenmemiş olmasıdır. Türkiye'de beden algısı ve fiziksel aktivite ilişkisini ele alan çalışmalar bulunmakla birlikte, bu çalışmaların çoğu sosyal medya algoritmaları, filtreli görseller ve dijital görünürlük pratiklerini merkeze almamaktadır. Bu nedenle gelecekteki araştırmalar, kadınların spor deneyimini hem fiziksel aktivite düzeyi hem de dijital medya kullanımı açısından birlikte incelemelidir.

İkinci boşluk, farklı yaş dönemlerinin yeterince ayrıştırılmamasıdır. Ergen kızlar, üniversite öğrencileri, yetişkin kadınlar, orta yaş kadınlar, yaşlı kadınlar, anneler, sporcular, sedanter kadınlar ve profesyonel spor yapan kadınlar aynı beden baskılarını yaşamamaktadır. Ergenlik döneminde beden değişimi ve akran değerlendirmesi daha belirgin olabilirken, yetişkinlikte annelik, iş yaşamı, zaman kısıtları ve bakım emeği gibi değişkenler spora katılımı etkileyebilir. Bu nedenle beden algısı araştırmalarında yaş, yaşam dönemi ve sosyal bağlam daha ayrıntılı biçimde ele alınmalıdır (Gualdi-Russo et al., 2022; UNESCO, 2024).

Üçüncü araştırma alanı, spor ortamlarının fiziksel ve sosyal tasarımıdır. Spor salonlarında aynaların yerleşimi, kıyafet normları, antrenör dili, karma veya kadınlara özel alanlar, mahremiyet olanakları, kamera ve sosyal medya çekim kültürü, kadınların spor ortamındaki beden algısını etkileyebilir. Bu değişkenler çoğu zaman nicel ölçek çalışmalarında görünmez kalmaktadır. Spor ortamının bedensel deneyimi biçimlendiren yönünü görünür kılmak için nitel görüşmeler, odak grup çalışmaları, gözlem ve karma yöntem desenleri kullanılabilir (Prichard & Tiggemann, 2008).

Dördüncü alan, beden işlevselliği ve beden nötrlüğü temelli müdahalelerin spor programlarına nasıl entegre edilebileceğidir. Literatürde beden işlevselliğine odaklanan yazma, yoga ve beden farkındalığı temelli çalışmalar olumlu sonuçlar göstermektedir; ancak bu yaklaşımların fitness merkezleri, okul beden eğitimi, üniversite spor programları ve belediye spor hizmetleri gibi yaygın uygulama alanlarına nasıl uyarlanacağı daha fazla araştırılmalıdır (Alleva et al., 2015a; Cox et al., 2017; Jankauskiene et al., 2024).

Beşinci alan, yapay zekâ ve artırılmış gerçeklik filtrelerinin spor temsilleri üzerindeki etkisidir. Mevcut çalışmalar güzellik filtrelerinin beden algısı üzerindeki etkilerini göstermeye başlamıştır; ancak filtrelenmiş spor görsellerinin

kadınların egzersiz motivasyonu, beden memnuniyeti, kendini nesneleştirme ve spora devam niyeti üzerindeki etkileri henüz sınırlı biçimde incelenmiştir (Doh et al., 2025; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025). Bu nedenle deneysel çalışmalar, farklı görsel içerik türlerinin kadınların beden algısı ve spor davranışı üzerindeki etkisini karşılaştırabilir.

Altıncı öneri, spor bilimleri araştırmalarında dijital medya okuryazarlığı değişkeninin daha fazla kullanılmasıdır. Kadınların sosyal medya içeriklerini eleştirel okuma becerisi, filtreli görselleri tanıma düzeyi, algoritmik önerileri fark etme kapasitesi ve beden çeşitliliğine yönelik tutumları, spor deneyimlerini etkileyebilir. Bu değişkenlerin beden algısı, spora katılım, egzersiz motivasyonu ve psikolojik iyi oluşla birlikte modellenmesi, yeni araştırmalar için güçlü bir alan sunmaktadır.

9. Sonuç

Kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisi, çağdaş toplumda giderek daha karmaşık bir hâl almaktadır. Spor, kadınlar için bedensel güçlenme, öz güven, psikolojik iyi oluş ve toplumsal katılım açısından önemli bir potansiyel taşımaktadır. Ancak bu potansiyel, görünüş odaklı kültür, sosyal medya baskısı, fitspiration içerikleri ve algoritmik güzellik normlarıyla karşılaştığında zayıflayabilir. Kadın bedeni spor yoluyla özgürleşebileceği gibi, dijital kültür içinde yeniden sergilenen, karşılaştırılan ve denetlenen bir bedene de dönüşebilir.

Bu bölümde tartışılan temel mesele, sporun kadın bedenini nasıl konumlandırdığıdır. Eğer spor yalnızca zayıflama, sıkılaşma, güzelleşme ve beğenilebilir görünme amacıyla sunulursa, kadınların beden algısı üzerindeki baskılar yeniden üretilebilir. Ancak spor, beden işlevselliği, hareketten haz alma, güçlenme, beden kabulü ve öz yeterlik temelinde sunulduğunda, kadınların bedenleriyle daha sağlıklı ve özgürleştirici bir ilişki kurmasına katkı sağlayabilir (Alleva et al., 2020; Tylka & Wood-Barcalow, 2015).

Sosyal medya ve algoritmik güzellik kültürü, bu tartışmanın en güncel boyutunu oluşturmaktadır. Kadınlar artık yalnızca geleneksel medya imgeleriyle değil, filtrelenmiş, düzenlenmiş, yapay zekâ tarafından üretilmiş ve algoritmalar tarafından öne çıkarılmış bedenlerle karşılaşmaktadır. Bu durum, beden algısını bireysel bir psikolojik mesele olmaktan çıkararak dijital kültürün ve platform ekonomisinin ürettiği toplumsal bir sorun hâline getirmektedir. Dolayısıyla kadınlarda spor ve beden algısını ele alan çalışmaların dijital güzellik normlarını ve algoritmik görünürlük mekanizmalarını da dikkate alması gerekmektedir. Bu çerçeve, sosyal medya ve dijital görsel teknolojilerin beden algısı üzerindeki etkilerini yalnızca bireysel kullanım alışkanlıklarıyla değil, platformların görünürlük ve estetik norm üretme biçimleriyle birlikte

değerlendirmeyi gerektirir (Doh et al., 2025; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025; Vandenbosch et al., 2022).

Bölümün temel önerisi, kadınların spor deneyiminde 'sergilenen beden' anlayışından 'hareket eden beden' anlayışına geçilmesidir. Bu geçiş yalnızca bireysel farkındalıkla değil; spor ortamlarının, antrenör dilinin, sosyal medya temsillerinin, eğitim programlarının ve dijital medya okuryazarlığının dönüşümüyle mümkündür. Kadın bedeni, sürekli düzenlenmesi ve onaylanması gereken bir görüntü değil; hareket eden, hisseden, güçlenen, değişen ve yaşamı taşıyan bir varoluş alanı olarak görülmelidir.

Sonuç olarak, kadınlarda spor ve beden algısı üzerine geliştirilecek çağdaş bir yaklaşım, fiziksel aktiviteyi yalnızca sağlık davranışı olarak değil, bedenle kurulan ilişkinin toplumsal ve dijital koşullar içinde yeniden üretildiği bir alan olarak ele almalıdır. Bu yaklaşım, spor bilimleri açısından daha kapsayıcı, daha eleştirel ve daha insani bir zemin sunmaktadır. Kadınların spora katılımını artırmanın yolu, onları yalnızca daha çok hareket etmeye çağırmak değil; hareket ettikleri bedenleriyle daha güvenli, daha saygılı ve daha özgür bir ilişki kurabilecekleri koşulları oluşturmaktan geçmektedir.

Bu bölümün temel katkısı, kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisini yalnızca fiziksel aktivite, sağlık ya da beden memnuniyeti çerçevesinde değil; sosyal medya, fitspiration, yapay zekâ filtreleri ve algoritmik güzellik normlarıyla birlikte değerlendiren bütüncül bir kavramsal model önermesidir. Bu model, sporun kadın bedeni için özgürleştirici potansiyelini görünür kılarken, dijital kültürün bu potansiyeli nasıl estetik denetime dönüştürebildiğini de açıklamaktadır.

Kaynakça

Alleva, J. M., Martijn, C., Van Breukelen, G. J. P., Jansen, A., & Karos, K. (2015a). Expand Your Horizon: A programme that improves body image and reduces self-objectification by training women to focus on body functionality. Body Image, 15, 81–89. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.07.001

Alleva, J. M., Sheeran, P., Webb, T. L., Martijn, C., & Miles, E. (2015b). A meta-analytic review of stand-alone interventions to improve body image. PLOS ONE, 10(9), Article e0139177. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0139177

Alleva, J. M., Tylka, T. L., Van Oorsouw, K., Montanaro, E., Perey, I., Bolle, C., & Webb, J. B. (2020). The effects of yoga on functionality appreciation and additional facets of positive body image. Body Image, 34, 184–195. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.06.003

Avalos, L., Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2005). The Body Appreciation Scale: Development and psychometric evaluation. Body Image, 2(3), 285–297. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2005.06.002

Campbell, A., & Hausenblas, H. A. (2009). Effects of exercise interventions on body image: A meta-analysis. Journal of Health Psychology, 14(6), 780–793. https://doi.org/10.1177/1359105309338977

Carrotte, E. R., Prichard, I., & Lim, M. S. C. (2017). "Fitspiration" on social media: A content analysis of gendered images. Journal of Medical Internet Research, 19(3), Article e95. https://doi.org/10.2196/jmir.6368

Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (Eds.). (2002). Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice. Guilford Press.

Cohen, R., Fardouly, J., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image. New Media & Society, 21(7), 1546–1564. https://doi.org/10.1177/1461444819826530

Cox, A. E., Ullrich-French, S., Howe, H. S., & Cole, A. N. (2017). A pilot yoga physical education curriculum to promote positive body image. Body Image, 23, 1–8. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.07.007

Cox, A. E., Ullrich-French, S., Cole, A. N., & D'Hondt-Taylor, M. (2019). The roles of self-compassion, body surveillance, and body appreciation in predicting intrinsic motivation for physical activity: Cross-sectional associations and prospective changes within a yoga context. Body Image, 29, 110–117. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.03.002

Davelaar, C. M. F., Araújo-Soares, V., Kwasnicka, D., & Sniehotta, F. F. (2021). Body image and its role in physical activity: A systematic review. Cureus, 13(2), Article e13379. https://doi.org/10.7759/cureus.13379

Dijkslag, I. R., Block Santos, L., Irene, G., & Ketelaar, P. (2024). To beautify or uglify! The effects of augmented reality face filters on body satisfaction

moderated by self-esteem and self-identification. Computers in Human Behavior, 159, Article 108343. https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108343

Doh, M., Canali, C., & Oliver, N. (2025). Filters of identity: AR beauty and the algorithmic politics of the digital body. arXiv. https://arxiv.org/abs/2506.19611

Easton, S., Morton, K., Tappy, Z., Francis, D., Dennison, L., & May, C. (2018). Young people's experiences of viewing the fitspiration social media trend: Qualitative study. Journal of Medical Internet Research, 20(6), Article e219. https://doi.org/10.2196/jmir.9156

Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. Body Image, 13, 38–45. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002

Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. New Media & Society, 20(4), 1380–1395. https://doi.org/10.1177/1461444817694499

Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. Current Opinion in Psychology, 9, 1–5. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. Human Relations, 7(2), 117–140. https://doi.org/10.1177/001872675400700202

Fredrickson, B. L., & Roberts, T.-A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. Psychology of Women Quarterly, 21(2), 173–206. https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x

Grogan, S. (2021). Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children (4th ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003100041

Gualdi-Russo, E., Rinaldo, N., & Zaccagni, L. (2022). Physical activity and body image perception in adolescents: A systematic review. Healthcare, 10(10), Article 1944. https://doi.org/10.3390/healthcare10101944

Gulati, A., Martínez-Garcia, M., Fernández, D., Lozano, M. A., Lepri, B., & Oliver, N. (2024). What is beautiful is still good: The attractiveness halo effect in the era of beauty filters. Royal Society Open Science, 11, Article 240882. https://doi.org/10.1098/rsos.240882

Güven, G., & Yalız Solmaz, D. (2022). Kadın ve erkek bireylerin fiziksel aktivite düzeyleri ve beden algısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. International Journal of Sport Exercise and Training Sciences - IJSETS, 8(2), 56–70. https://izlik.org/JA63RC98RS

Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered ea-

ting outcomes. Body Image, 17, 100–110. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008

Jankauskiene, R., Baceviciene, M., & Pajaujiene, S. (2024). Mindful monitoring and accepting the body in physical activity mediates the associations between physical activity and positive body image in a sample of young physically active adults. Frontiers in Sports and Active Living, 6, Article 1360145. https://doi.org/10.3389/fspor.2024.1360145

Javornik, A., Marder, B., Barhorst, J. B., McLean, G., Rogers, Y., Marshall, P., & Warlop, L. (2022). 'What lies behind the filter?' Uncovering the motivations for using augmented reality (AR) face filters on social media and their effect on well-being. Computers in Human Behavior, 128, Article 107126. https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107126

Jerónimo, F., Carraça, E. V., Markland, D., Silva, M. N., & Teixeira, P. J. (2022). Effects of fitspiration content on body image: A systematic review. Eating and Weight Disorders, 27, 3017–3035. https://doi.org/10.1007/s40519-022-01505-4

Kerner, C., Haerens, L., & Kirk, D. (2022). A systematic review exploring body image programmes and interventions in physical education. European Physical Education Review, 28(4), 942–967. https://doi.org/10.1177/1356336X221097318

Mahlo, L., & Tiggemann, M. (2016). Yoga and positive body image: A test of the embodiment model. Body Image, 18, 135–142. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.06.008

Menzel, J. E., & Levine, M. P. (2011). Embodying experiences and the promotion of positive body image: The example of competitive athletics. In R. M. Calogero, S. Tantleff-Dunn, & J. K. Thompson (Eds.), Self-objectification in women: Causes, consequences, and counteractions (pp. 163–186). American Psychological Association. https://doi.org/10.1037/12304-008

Moradi, B., & Huang, Y.-P. (2008). Objectification theory and psychology of women: A decade of advances and future directions. Psychology of Women Quarterly, 32(4), 377–398. https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2008.00452.x

Panão, I., & Carraça, E. V. (2020). Effects of exercise motivations on body image and eating habits/behaviours: A systematic review. Nutrition & Dietetics, 77(1), 41–59. https://doi.org/10.1111/1747-0080.12575

Paxton, S. J., Neumark-Sztainer, D., Hannan, P. J., & Eisenberg, M. E. (2006). Body dissatisfaction prospectively predicts depressive mood and low self-esteem in adolescent girls and boys. Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology, 35(4), 539–549. https://doi.org/10.1207/s15374424jccp3504_5

Prichard, I., & Tiggemann, M. (2008). Relations among exercise type, self-objectification, and body image in the fitness centre environment: The role

of reasons for exercise. Psychology of Sport and Exercise, 9(6), 855–866. https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2007.10.005

Rodgers, R. F., & Melioli, T. (2016). The relationship between body image concerns, eating disorders and internet use, part I: A review of empirical support. Adolescent Research Review, 1, 95–119. https://doi.org/10.1007/s40894-015-0016-6

Saiphoo, A. N., & Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social networking site use and body image disturbance. Computers in Human Behavior, 101, 259–275. https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.028

Schaefer, L. M., & Thompson, J. K. (2014). The development and validation of the Physical Appearance Comparison Scale-Revised (PACS-R). Eating Behaviors, 15(2), 209–217. https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2014.01.001

Schroeder, M., & Behm-Morawitz, E. (2025). Digitally curated beauty: The impact of slimming beauty filters on body image, weight loss desire, self-objectification, and anti-fat attitudes. Computers in Human Behavior, 165, Article 108519. https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108519

Stice, E. (2002). Risk and maintenance factors for eating pathology: A meta-analytic review. Psychological Bulletin, 128(5), 825–848. https://doi.org/10.1037/0033-2909.128.5.825

Sun, L., Wei, M., Sun, Y., Suh, Y. J., Shen, L., & Yang, S. (2024). Smiling women pitching down: Auditing representational and presentational gender biases in image-generative AI. Journal of Computer-Mediated Communication, 29(1), Article zmad045. https://doi.org/10.1093/jcmc/zmad045

Szambolics, J., Malos, S., & Balaban, D. C. (2023). Adolescents' augmented reality filter usage on social media, developmental process, and well-being. Media and Communication, 11(4), 129–139. https://doi.org/10.17645/mac.v11i4.7016

Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance. American Psychological Association. https://doi.org/10.1037/10312-000

Tiggemann, M., & Miller, J. (2010). The Internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. Sex Roles, 63, 79–90. https://doi.org/10.1007/s11199-010-9789-z

Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. International Journal of Eating Disorders, 46(6), 630–633. https://doi.org/10.1002/eat.22141

Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). "Exercise to be fit, not skinny": The effect of fitspiration imagery on women's body image. Body Image, 15, 61–67. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003

Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2018). "Strong is the new skinny": A content analysis of #fitspiration images on Instagram. Journal of Health Psychology, 23(8), 1003–1011. https://doi.org/10.1177/1359105316639436

Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2015). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition. Body Image, 14, 118–129. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.001

UNESCO. (2024). Fit for Life sport and gender equality game plan: Guidelines for gender-transformative sport policies and programmes. UNESCO Publishing. https://doi.org/10.54678/OLBR4926

van den Berg, P., Thompson, J. K., Obremski-Brandon, K., & Coovert, M. (2002). The Tripartite Influence model of body image and eating disturbance: A covariance structure modeling investigation testing the mediational role of appearance comparison. Eating Behaviors, 3(3), 243–260. https://doi.org/10.1016/S1471-0153(02)00008-3

Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2012). Understanding sexual objectification: A comprehensive approach toward media exposure and girls' internalization of beauty ideals, self-objectification, and body surveillance. Journal of Communication, 62(5), 869–887. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01667.x

Vandenbosch, L., Fardouly, J., & Tiggemann, M. (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. Current Opinion in Psychology, 45, Article 101289. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.002

Wood-Barcalow, N. L., Tylka, T. L., & Augustus-Horvath, C. L. (2010). 'But I like my body': Positive body image characteristics and a holistic model for young-adult women. Body Image, 7(2), 106–116. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2010.01.001

Wood-Barcalow, N. L., Alleva, J. M., & Tylka, T. L. (2024). Revisiting positive body image to demonstrate how body neutrality is not new. Body Image, 50, Article 101741. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101741

World Health Organization. (2024). Physical activity. https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity

Zhang, Y., Wen, Z., Zhu, Y., & Guan, G. (2024). Effects of physical exercise on body esteem among females: A meta-analysis. BMC Public Health, 24, Article 3387. https://doi.org/10.1186/s12889-024-20861-7

Bölüm 6

Takım Sporlarında Sosyal Destek Unsurlarının Sportif Performansa Etkisi

Ferhat Aktaş[1]

Özet

Takım sporlarında performans, fiziksel, teknik ve taktik yeterliliklerin yanı sıra sporcuların içinde bulundukları sosyal çevreden de etkilenmektedir. Spor ortamında sosyal destek; antrenörler, takım arkadaşları, aile üyeleri ve kurumsal çevre tarafından sağlanan duygusal, bilgilendirici, araçsal ve değerlendirici yardımları kapsamaktadır. Özellikle takım sporlarının iş birliği, iletişim ve karşılıklı bağımlılık temelli yapısı, sosyal desteği performansın önemli belirleyicilerinden biri hâline getirmektedir.

Sosyal destek, sporcuların müsabaka stresi, performans baskısı, sakatlık süreçleri ve takım içi rol beklentileriyle başa çıkmalarına katkı sağlayan önemli bir psikososyal kaynak olarak değerlendirilmektedir. Alanyazında sosyal desteğin motivasyon, öz güven, psikolojik iyi oluş, takım bağlılığı ve takım kohezyonu üzerinde olumlu etkiler oluşturduğu belirtilmektedir. Buna karşılık yetersiz sosyal destek; kaygı, yalnızlık, motivasyon kaybı ve performans düşüşü gibi olumsuz sonuçlarla ilişkilendirilmektedir.

Bu bölümde sosyal destek kavramının kuramsal temelleri açıklanmış, takım sporlarının yapısal özellikleri çerçevesinde sosyal destek gereksinimi ele alınmıştır. Ayrıca antrenör, takım arkadaşları, aile ve kurumsal çevrenin sosyal destek kaynakları olarak rolü incelenmiş; sosyal desteğin sportif performansı etkileme mekanizmaları güncel araştırma bulguları ışığında değerlendirilmiştir.

1 Öğr. Gör., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Yenice Meslek Yüksekokulu
ferhataktas@comu.edu.tr, 0000-0003-0010-5876

https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1371.c5565

Sosyal Destek Kavramı: Tanım, Boyutlar ve Kuramsal Temelleri

Sosyal destek, en genel anlamıyla bireyin ait olduğu sosyal ağ içindeki kişilerden aldığı duygusal, bilgilendirici ve araçsal yardımların toplamı olarak açıklanabilir;

Alanyazında sosyal destek genellikle dört temel boyutta ele alınmaktadır. Bunlar;

(a) duygusal destek, bireyin sevildiğini, değer verildiğini ve önemsendiğini hissetmesini sağlayan empati, ilgi ve güven unsurlarını kapsar;

(b) bilgilendirici/değerlendirici destek, bireyin kendi durumunu ve performansını değerlendirmesine yardımcı olacak geri bildirim, öneri ve rehberlik sağlar;

(c) araçsal/maddi destek, doğrudan yardım, kaynak veya hizmet sağlanmasıyla ilgilidir (örneğin ekipman, ulaşım, finansal destek);

(d) ait olma/sosyal eşlik desteği, bireyin sosyal etkinliklere katılımı ve bir gruba ait olma hissini ifade eder.

Sosyal desteğin sportif bağlamdaki önemi, Cohen ve Wills (1985) tarafından ortaya konan tampon hipotezi ile açıklanabilir. Bu hipoteze göre sosyal destek, stres faktörlerinin bireyin psikolojik ve fiziksel iyi oluşuna olan olumsuz etkisini azaltan bir koruyucu kalkan işlevi görmektedir. Müsabaka öncesi kaygı, sakatlık süreci, performans düşüklüğü, takımdan dışlanma kaygısı gibi stres kaynaklarının yoğun olduğu spor ortamlarında, sporcunun çevresinden algıladığı destek düzeyi, bu stres kaynaklarının olumsuz etkilerini hafifletebilmektedir.

Takım sporlarına özgü bir diğer kuramsal çerçeve ise takım kohezyonu (grup birlikteliği) kavramıdır. Carron, Widmeyer ve Brawley (1985) tarafından geliştirilen Grup Ortamı Anketi (Group Environment Questionnaire), takım kohezyonunu görev kohezyonu ve sosyal kohezyon olmak üzere iki temel boyutta ele almaktadır. Görev kohezyonu, takım üyelerinin ortak hedeflere yönelik birlikte çalışma istekliliğini; sosyal kohezyon ise takım üyeleri arasındaki kişisel çekim ve arkadaşlık bağlarını ifade etmektedir. Yüksek düzeyde algılanan sosyal destek, genellikle yüksek takım kohezyonu ile birlikte görülmekte ve bu durum takımın bütünsel performansını olumlu yönde etkilemektedir.

Sosyal destek kavramı, sporcunun, duygusal ve sosyal ihtiyaçları olan bir birey olarak ele alınmasını gerektirir. Bu bakış açısı, antrenörlerin, kulüp yönetimlerinin ve sporcu ailelerinin sportif başarıyı sporcunun sosyal-duygusal destek ihtiyaçlarını karşılayarak da destekleyebileceğini göstermektedir.

Takım Sporlarının Yapısal Özellikleri ve Sosyal Destek Gereksinimi

Takım sporları, bireysel sporlardan farklı olarak, performans çıktısının birden fazla kişinin eş zamanlı ve koordineli eylemlerine bağlı olduğu yapılardır. Bu durum, takım sporlarını bireysel sporlara kıyasla daha yoğun bir sosyal etkileşim ve karşılıklı bağımlılık ortamı haline getirmektedir. Bir basketbol takımındaki oyun kurucunun pas seçenekleri, bir voleybol takımındaki pasörün dağıtım kararları veya bir futbol takımındaki savunma hattının organizasyonu, her oyuncunun diğer takım arkadaşlarının davranışlarına güven duymasını gerektirmektedir.

Bu karşılıklı bağımlılık yapısı, takım sporlarında sosyal destek unsurlarının önemini artırmaktadır. Sporcular, hem performans baskısı hem de takım içi rol beklentileriyle baş etmek zorundadır ve bu süreçte takım arkadaşlarından, antrenörlerden ve diğer paydaşlardan alınan destek, bireyin takım içindeki rolünü daha güvenli ve etkili biçimde yerine getirmesine olanak sağlamaktadır. Nitekim okul sporlarına katılan öğrenciler üzerinde yapılan bir araştırmada, bireysel ve takım sporu yapan öğrencilerin algılanan genel sosyal destek puanlarının birbirine yakın olduğu, ancak aileden algılanan sosyal destek düzeyinin takım sporu yapan öğrencilerde daha yüksek bulunduğu rapor edilmiştir; bu bulgu, takım sporu ortamının aile desteğini teşvik eden bir yapı sunabileceğine işaret etmektedir (Düzce ilindeki ortaöğretim öğrencileri üzerine yürütülen bir çalışmadan aktarılmıştır).

Ayrıca takım sporlarında performans, iletişim, liderlik, rol paylaşımı, çatışma yönetimi ve grup kimliği gibi sosyal-psikolojik unsurlarla da şekillenmektedir. Bu nedenle takım sporlarında sosyal destek, performansı etkileyen arka plan değişkenlerinden biri olmaktan çıkıp, performansın doğrudan bir bileşeni hâline gelmektedir.

Takım Sporlarında Sosyal Destek Kaynakları

Sporcunun algıladığı sosyal destek, tek bir kaynaktan değil, birbirini tamamlayan çok sayıda kaynaktan beslenmektedir. Bu bölümde, takım sporları bağlamında en sık vurgulanan dört temel sosyal destek kaynağı; antrenör, takım arkadaşları, aile ve seyirci/kurumsal çevre ele alınmaktadır.

Antrenör Desteği

Antrenör, sporcunun en yakın ve en düzenli etkileşimde bulunduğu yetişkin figürlerden biridir ve bu nedenle sporcunun algıladığı sosyal destek sisteminin merkezinde yer almaktadır. Antrenörün sağladığı destek; teknik-taktik geri bildirim (bilgilendirici destek), sporcunun bireysel sorunlarıyla ilgilenme (duygusal destek) ve antrenman/müsabaka organizasyonu (araçsal destek)

gibi çok boyutlu biçimlerde ortaya çıkabilmektedir. Antrenörlerin sosyal destek ağları ve ilişkileri üzerine yapılan sistematik bir derlemede, farklı spor branşlarındaki antrenörlerin aldıkları sosyal desteğin, antrenörlerin iyi oluşunu, iş yaşam kalitesini ve dolayısıyla performanslarını etkilediği; bu desteğin etkili biçimde kullanılmasının antrenörlerin sporcularına sundukları rehberliğin niteliğini de artırabileceği belirtilmiştir (Ferreira ve diğerleri, 2024).

Benzer biçimde antrenör-sporcu ilişkisi üzerine yapılan güncel bir çalışmada, sporcuların antrenörlerinden algıladıkları ve fiilen aldıkları destek düzeyinin, sporcuların öz güven ve psikolojik iyi oluş düzeyleriyle ilişkili olduğu; takdir edici (appreciative) sosyal desteğin özellikle sporcu-antrenör ilişkisinin kalitesini belirleyen önemli bir unsur olduğu ortaya konmuştur (Coussens, Stone ve Donachie, 2025). Araştırmacılar tarafından elde edilen bu bulgular, antrenörün sporcunun psikolojik güvenlik algısını şekillendiren bir sosyal destek kaynağı olduğunu göstermektedir.

Takım Arkadaşı Desteği ve Takım Kohezyonu

Takım arkadaşları, sporcunun günlük antrenman ve müsabaka yaşamının en yoğun paylaşıldığı kişilerdir. Ergen sporcuların spora katılım sürecini bir yıl boyunca izleyen prospektif bir çalışmada, takım arkadaşlarından alınan destek ile antrenörden alınan desteğin, sporcuların spora devam etme kararlarında ve katılım düzeylerinde belirleyici bir rol oynadığı; özellikle araçsal destek türlerinin (örneğin birlikte antrenmana gitme, malzeme paylaşımı, antrenman öncesi-sonrası destek) sporcuların spor ortamına bağlılığını güçlendirdiği bulunmuştur (Spruijtenburg, van Abswoude, Platvoet, de Niet ve Steenbergen, 2025).

Takım arkadaşı desteği, aynı zamanda takım kohezyonunun da temel yapı taşlarından birini oluşturmaktadır. Carron, Widmeyer ve Brawley (1985) tarafından kavramsallaştırılan görev ve sosyal kohezyon boyutları, takım arkadaşları arasındaki destekleyici ilişkilerin güçlü olduğu takımlarda daha yüksek düzeyde gözlemlenmektedir. Takım arkadaşları arasındaki karşılıklı destek, sporcuların hata yapma kaygısını azaltmakta, risk alma davranışlarını desteklemekte ve takım içi iletişimi kolaylaştırmaktadır. Bu durum, özellikle kritik müsabaka anlarında (örneğin son dakikalarda alınan kararlar, baskı altında yapılan uygulamalar) takımın bütünsel performansını olumlu yönde etkileyebilmektedir.

Aile Desteği

Aile, özellikle genç ve amatör sporcular için sosyal destek sisteminin temel taşlarından biridir. Aile desteği; sporcunun antrenmanlara ve müsabakalara

ulaşımının sağlanması (araçsal destek), sporcunun başarısız performans sonrasında duygusal olarak desteklenmesi (duygusal destek) ve sporun değerli bir etkinlik olarak teşvik edilmesi (değerlendirici destek) gibi biçimlerde ortaya çıkmaktadır. Yüzme eğitimine katılan çocuklar üzerinde yapılan bir yüksek lisans tez çalışmasında, çocukların algıladıkları sosyal destek düzeyi ile spora özgü başarı motivasyonları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş; aileden ve antrenörden algılanan desteğin, çocukların spora yönelik motivasyonel yönelimlerini şekillendiren önemli unsurlar arasında yer aldığı belirtilmiştir (Gültekin, 2023).

Aile desteğinin özellikle çocukluk ve ergenlik döneminde spora katılımın sürdürülmesi açısından kritik bir rol oynadığı, ailenin sporu desteklemeyen ya da baskı unsuru olarak gören tutumlarının ise sporcuların motivasyon kaybına ve sporu bırakmasına yol açabileceği alanyazında sıklıkla vurgulanmaktadır. Bu nedenle takım sporlarında performansın sürdürülebilirliği açısından aile desteğinin niteliği, duygusal ve motivasyonel boyutları da kapsayacak biçimde ele alınmalıdır.

Seyirci, Taraftar ve Kurumsal/Örgütsel Destek

Takım sporlarında sosyal destek, sporcunun yakın çevresiyle sınırlı kalmayıp, kulüp yönetimi, spor örgütü ve seyirci/taraftar kitlesi gibi daha geniş ölçekli sosyal yapılardan da gelebilmektedir. Kurumsal destek; sporcuya sunulan sağlık hizmetleri, eğitim olanakları, kariyer planlaması ve finansal güvence gibi unsurları kapsarken, seyirci ve taraftar desteği ise sporcunun aidiyet hissini ve performans motivasyonunu etkileyen sembolik bir destek kaynağı olarak değerlendirilmektedir. Spor takımı itibarı üzerine yapılan bir araştırmada, taraftarların takıma yönelik algıladıkları itibarın; takım performansı, takım geleneği ve takımın sosyal sorumluluk faaliyetleri gibi boyutlardan etkilendiği ve bu algının taraftar bağlılığını şekillendirdiği ortaya konmuştur. Güçlü bir taraftar bağlılığı ve olumlu bir kurumsal iklim, dolaylı yoldan sporcuların performans motivasyonunu besleyen bir sosyal destek unsuru olarak işlev görebilmektedir.

Örgütsel düzeydeki destek mekanizmaları, özellikle profesyonel ve yarı profesyonel takımlarda sporcu tatmini ile ilişkilendirilmektedir. Sporcu tatminini bireysel tatmin, takım tatmini, antrenörden tatmin ve örgütten tatmin gibi boyutlarda ele alan modeller, kurumsal destek düzeyinin yüksek olduğu ortamlarda sporcuların tatmin düzeylerinin ve buna bağlı olarak performans istekliliklerinin de arttığını öne sürmektedir.

Sosyal Desteğin Sportif Performansa Etki Mekanizmaları

Sosyal destek ile sportif performans arasındaki ilişki, doğrudan bir nedensellikten ziyade çeşitli aracı (mediator) ve düzenleyici (moderator) değişkenler üzerinden açıklanmaktadır. Bu bölümde, alanyazında en sık tartışılan beş temel mekanizmaya yer verilmektedir: motivasyon, kaygı ve stresle baş etme, öz güven, takım kohezyonu/bağlılık ve sporcu tatmini.

İlk olarak, sosyal destek motivasyonel süreçleri güçlendirmektedir. Sporcunun çevresinden aldığı olumlu geri bildirimler ve teşvikler, içsel motivasyonun (kendi başarısı için çabalama isteği) ve dışsal motivasyonun (ödül, takdir, sosyal onay) güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Motivasyon ile performans arasındaki etkileşimi ele alan kuramsal çalışmalar, motivasyonun bireyin performans davranışlarını başlatan, yönlendiren ve sürdüren temel bir psikolojik süreç olduğunu; sosyal çevreden gelen desteğin bu sürecin sürdürülebilirliğini etkileyen önemli bir dışsal kaynak olduğunu vurgulamaktadır.

İkinci olarak, sosyal destek, kaygı ve stres düzeylerinin yönetiminde önemli bir rol oynamaktadır. Cohen ve Wills'in (1985) tampon hipotezi çerçevesinde, müsabaka öncesi durumluk kaygının yüksek olduğu dönemlerde sosyal destek algısı, sporcunun stres kaynaklarını daha az tehdit edici biçimde değerlendirmesine ve kaygıyla daha etkili baş etmesine yardımcı olabilmektedir. Sporcularda kaygı düzeyleri ile performans arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar, orta düzeyde kaygının performansı destekleyebileceğini, ancak aşırı kaygının performansı olumsuz etkileyebileceğini göstermektedir; bu noktada sosyal destek, kaygı düzeyinin optimum aralıkta tutulmasına katkı sağlayan bir düzenleyici unsur olarak işlev görmektedir.

Üçüncü olarak, sosyal destek sporcunun öz güven düzeyini olumlu yönde etkilemektedir. Antrenörden ve takım arkadaşlarından alınan takdir edici destek, sporcunun kendi yeteneklerine ilişkin algısını güçlendirmekte ve bu durum özellikle baskı altında alınan kararlarda ve kritik anlardaki performansta belirleyici olabilmektedir (Coussens, Stone ve Donachie, 2025).

Dördüncü olarak, sosyal destek takım kohezyonu ve takıma bağlılık düzeyini etkilemektedir. Takım arkadaşları arasındaki destekleyici ilişkiler, görev kohezyonunu (ortak hedeflere yönelik birlikte çalışma) ve sosyal kohezyonu (kişiler arası çekim) güçlendirmekte; bu da takımın bütünsel koordinasyonunu ve dolayısıyla takım performansını olumlu yönde etkilemektedir (Carron, Widmeyer ve Brawley, 1985).

Beşinci olarak, sosyal destek sporcu tatminini artırmaktadır. Yüksek düzeyde sosyal destek algısına sahip sporcular, antrenman ve müsabaka süreçlerinden daha fazla tatmin elde etmekte; bu tatmin düzeyi de sporcunun antrenmanlara

devamlılığı, çabası ve uzun vadeli performans gelişimi üzerinde olumlu etkiler oluşturmaktadır.

Alanyazında Yer Alan Araştırmalar

Sosyal destek ile sporcu performansı ve ilişkili psikolojik değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen güncel ampirik çalışmalar, bu ilişkinin tutarlı ve anlamlı olduğunu göstermektedir. Sporcularda sosyal destek ile ruh sağlığı arasındaki ilişkiyi inceleyen kapsamlı bir sistematik derleme ve meta-analiz çalışmasında, toplam 14.462 sporcuyu kapsayan kırk araştırmanın sonuçları birleştirilmiş ve genel sosyal destek düzeyinin sporcuların iyi oluş düzeyiyle pozitif, kaygı, depresyon ve stres düzeyleriyle ise negatif yönde ilişkili olduğu bulunmuştur. Aynı çalışmada, aile ve arkadaşlardan alınan desteğin depresif belirtilerle olan negatif ilişkisinin, takım temelli destekten daha güçlü olduğu da rapor edilmiştir (Luo, Du, Wang ve Luo, 2025).

Türkiye'de spor bilimleri fakültesi öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırmada, algılanan sosyal destek düzeyi ile sosyal kaygı düzeyi arasındaki ilişki incelenmiş ve sosyal destek algısının yüksek olduğu öğrencilerin sosyal kaygı düzeylerinin daha düşük olduğu yönünde bulgulara ulaşılmıştır. Araştırmacılar tarafından yapılan çalışmada, spor ortamında algılanan sosyal desteğin, sporcu adaylarının psikolojik rahatlığı ve dolayısıyla performans potansiyeli üzerindeki dolaylı etkisini destekleyen bulguların yer aldığı görülmüştür (İnan, Yıldırım, Yazan ve Kurtuldu, 2024).

Profesyonel voleybolcular üzerinde yürütülen bir doktora tez çalışmasında, sporcuların temel psikolojik ihtiyaçlarının (özerklik, yeterlilik ve ilişkisellik) tatmin düzeyi ile takım içi bağ kurma ve algılanan performans arasındaki ilişki incelenmiş; sporcuların takım arkadaşları ve antrenörleriyle kurdukları olumlu ilişkilerin, ilişkisellik ihtiyacının tatminine ve buna bağlı olarak algılanan performans düzeyinin artmasına katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır (Gümüşay, 2018).

Ergen sporcuların spora katılım süreçlerini bir yıl boyunca izleyen prospektif bir araştırmada, takım arkadaşlarından ve antrenörlerden alınan sosyal desteğin —özellikle araçsal destek boyutunun— sporcuların spora katılım sürekliliğini anlamlı biçimde yordadığı; sosyal destek düzeyi düşük olan sporcularda spor bırakma eğiliminin daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Spruijtenburg ve diğerleri, 2025). Bu bulgu, sporcunun uzun vadeli spor kariyerinin sürdürülebilirliğini de etkileyen bir faktör olduğunu göstermektedir.

Antrenör-sporcu ilişkisi bağlamında yapılan bir çalışmada, sporcuların antrenörlerinden aldıkları desteğin niteliğinin (özellikle takdir edici destek), sporcuların öz güven ve psikolojik iyi oluş düzeyleriyle ilişkili olduğu; bu

ilişkinin sporcu-antrenör arasındaki güven temelli iletişimle güçlendiği bulunmuştur (Coussens, Stone ve Donachie, 2025). Antrenörlerin kendi sosyal destek ağları üzerine yapılan sistematik bir derleme ise, antrenörlerin aldıkları sosyal desteğin antrenörlerin iyi oluşunu ve mesleki performansını etkilediğini, bunun da dolaylı olarak sporculara sunulan rehberliğin kalitesine yansıdığını ortaya koymuştur (Ferreira ve diğerleri, 2024).

Bu bulgular bir bütün olarak değerlendirildiğinde, takım sporlarında sosyal destek unsurlarının; (a) doğrudan psikolojik iyi oluş ve kaygı yönetimi yoluyla, (b) takım kohezyonu ve bağlılık yoluyla, (c) motivasyon ve tatmin yoluyla ve (d) spora katılımın sürdürülebilirliği yoluyla sportif performansı etkilediği söylenebilir.

Sosyal Destek Eksikliğinin Olası Olumsuz Sonuçları

Sosyal desteğin yetersiz olduğu takım ortamlarında, sporcuların psikolojik iyi oluş düzeylerinin düştüğü ve bu durumun performans üzerinde olumsuz yansımalarının görülebileceği alanyazında vurgulanmaktadır. Sosyal destek eksikliği, sporcularda yalnızlık, dışlanmışlık hissi, motivasyon kaybı ve sürekli kaygı düzeyinde artış gibi sonuçlara yol açabilmektedir. Sporcularda sosyal destek ile ruh sağlığı arasındaki ilişkiyi inceleyen meta-analiz çalışmasında, düşük sosyal destek algısının kaygı, depresyon ve stres düzeyleriyle pozitif ilişkili olduğu bulgusu, bu durumun performans öncesi psikolojik hazırlık süreçlerini olumsuz etkileyebileceğine işaret etmektedir (Luo, Du, Wang ve Luo, 2025).

Takım içi sosyal destek mekanizmalarının zayıf olduğu durumlarda, takım kohezyonunun da olumsuz etkilenmesi beklenmektedir. Düşük kohezyon düzeyine sahip takımlarda iletişim sorunları, rol belirsizlikleri ve takım içi çatışmaların artması; bu durum da takımın bütünsel performansını, özellikle baskı altındaki müsabaka anlarında, olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Carron, Widmeyer ve Brawley, 1985).

Ayrıca aile desteğinin yetersiz olduğu ya da ailenin spora yönelik olumsuz/baskıcı tutumlar sergilediği durumlarda, özellikle genç sporcularda spora yönelik motivasyonun azalması ve spor bırakma eğiliminin artması olası bir sonuç olarak değerlendirilmektedir. Bu durum, uzun vadede sporcu yetiştirme sürecinin sürdürülebilirliğini tehdit eden bir risk faktörü olarak görülmelidir.

Uygulamaya Yönelik Öneriler

Yukarıda tartışılan kuramsal çerçeve ve ampirik bulgular ışığında, takım sporlarında sosyal destek unsurlarının güçlendirilmesine yönelik bazı uygulama önerileri geliştirilebilir.

Birincisi, antrenörlerin teknik-taktik liderlik rollerinin yanı sıra sporcularına duygusal ve takdir edici destek sunabilecek iletişim becerileri konusunda eğitim almaları önerilmektedir. Antrenör-sporcu ilişkisinin niteliği, sporcunun öz güven ve psikolojik iyi oluş düzeyini doğrudan etkilediğinden, antrenörlük eğitim programlarına sosyal destek ve iletişim becerilerine yönelik içeriklerin entegre edilmesi yararlı olacaktır (Coussens, Stone ve Donachie, 2025).

İkincisi, takım içi sosyal destek kültürünün güçlendirilmesi amacıyla, takım kohezyonunu artırıcı düzenli grup etkinlikleri, takım toplantıları ve geri bildirim mekanizmalarının antrenman programlarına entegre edilmesi önerilmektedir. Görev kohezyonu ve sosyal kohezyonun birlikte geliştirilmesi, hem takım arkadaşları arası destek algısını hem de takımın bütünsel performansını olumlu yönde etkileyebilir (Carron, Widmeyer ve Brawley, 1985).

Üçüncüsü, özellikle genç ve amatör sporcularla çalışan kulüplerin, aile katılımını destekleyen bilgilendirme toplantıları ve veli eğitim programları düzenlemesi; ailelerin sporu destekleyici ancak baskı oluşturmayan bir tutum geliştirmelerine yönelik rehberlik sağlaması önerilmektedir (Gültekin, 2023).

Dördüncüsü, spor kulüpleri ve örgütlerinin, sporculara sunulan kurumsal destek mekanizmalarını (sağlık hizmetleri, eğitim ve kariyer planlaması, psikolojik danışmanlık hizmetleri gibi) güçlendirmesi, sporcu tatmin düzeyini ve dolayısıyla performans istekliliğini olumlu yönde etkileyebilir.

Son olarak, antrenörlerin kendilerinin de bir sosyal destek ağına ihtiyaç duyduğu unutulmamalı; kulüp yönetimleri antrenörlere yönelik mesleki destek ve süpervizyon mekanizmaları geliştirerek, bu desteğin dolaylı yoldan sporculara da yansımasını sağlamalıdır (Ferreira ve diğerleri, 2024).

SONUÇ

Bu bölümde, takım sporlarında sosyal destek unsurlarının sportif performans üzerindeki etkisi kuramsal ve ampirik bulgular çerçevesinde ele alınmıştır. Sosyal destek, Cohen ve Wills'in (1985) tampon hipotezi çerçevesinde, sporcuların stres kaynaklarıyla baş etme süreçlerinde koruyucu bir işlev görmekte; antrenör, takım arkadaşları, aile ve kurumsal/seyirci çevresi gibi farklı kaynaklardan sağlanan duygusal, bilgilendirici, araçsal ve değerlendirici destekler, sporcunun motivasyonu, kaygı düzeyi, öz güveni, takım kohezyonu ve tatmini gibi performansla ilişkili psikolojik süreçleri etkilemektedir.

Güncel araştırmalar, sosyal destek düzeyi yüksek olan sporcuların daha düşük kaygı ve depresyon düzeylerine, daha yüksek iyi oluş düzeylerine ve spora katılım sürekliliğine sahip olduğunu göstermektedir (Luo, Du, Wang ve Luo, 2025; Spruijtenburg ve diğerleri, 2025). Türkiye bağlamında yapılan

çalışmalar da benzer biçimde, algılanan sosyal desteğin sporcuların psikolojik durumları ve motivasyonel yönelimleri üzerinde anlamlı etkilere sahip olduğunu desteklemektedir (İnan, Yıldırım, Yazan ve Kurtuldu, 2024; Gültekin, 2023; Gümüşay, 2018).

Sonuç olarak, takım sporlarında sportif performansın geliştirilmesine yönelik çalışmaların sporcunun sosyal destek sistemlerinin (antrenör, takım arkadaşları, aile, kulüp ve taraftar çevresi) bütüncül bir biçimde ele alınması ve güçlendirilmesi gerektiği söylenebilir. Bu yaklaşım, hem kısa vadeli müsabaka performansının hem de sporcunun uzun vadeli spor kariyerinin sürdürülebilirliğinin desteklenmesine katkı sağlayacaktır. Gelecekte yapılacak araştırmaların, farklı takım sporu branşlarında ve farklı performans seviyelerinde (amatör-profesyonel) sosyal destek-performans ilişkisini boylamsal araştırma desenleriyle incelemesi, bu alandaki bilgi birikimine önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Carron, A. V., Widmeyer, W. N., & Brawley, L. R. (1985). The development of an instrument to assess cohesion in sport teams: The Group Environment Questionnaire. *Journal of Sport and Exercise psychology*, *7*(3), 244-266.

Cohen, S., & Wills, T. A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological bulletin*, *98*(2), 310.

Coussens, A. H., Stone, M. J., & Donachie, T. C. (2025). Coach–athlete relationships, self-confidence, and psychological wellbeing: The role of perceived and received coach support. *European journal of sport science*, *25*(1), e12226.

Ferreira, J. G., Rodrigues, F., Sobreiro, P., Silva, M., Santos, F. J., Carvalho, G., ... & Rodrigues, J. (2024). Social support, network, and relationships among coaches in different sports: a systematic review. *Frontiers in Psychology*, *15*, 1301978.

Gültekin, M. (2023). *Yüzme eğitimine katılan çocukların algılanan sosyal destek ile spora özgü başarı motivasyonunun incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.

Gümüşay, A. (2018). Profesyonel voleybolcularda temel ihtiyaçların tatmini, bağ kurma ve algılanan performans ilişkisi (Yayımlanmamış doktora tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

İnan, M., Yıldırım, M., Yazan, K. D., & Kurtuldu, T. (2024). Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinde algılanan sosyal destek ve sosyal kaygı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Mediterranean Journal of Sport Science*, *7*(1), 246-273.

Luo, J., Du, R., Wang, X., & Luo, L. (2025). The relationship between social support and mental health in athletes: a systematic review and meta-analysis. *Frontiers in Psychology*, *16*, 1642886.

Spruijtenburg, G. E., Van Abswoude, F., Platvoet, S. W., De Niet, M., & Steenbergen, B. (2025). The key roles of teammates, coaches, and instrumental support in adolescent sports participation: a one-year prospective study. *Frontiers in Sports and Active Living*, *7*, 1499693.

Sporda Yeni Nesil Yaklaşımlar-2

Editör:
Doç. Dr. Ender Ali Uluç

ÖZGÜR
YAYINLARI