

# INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL OF HUMANITIES AND ACADEMIC SCIENCES

PRINT ISSN: 2147-4168 - ONLINE ISSN: 2147-5385

(SAYI: 24 YIL: 2021 - ISSUE: 24 YEAR: 2021)



## PRIVILEGE

“This Magazine is Registered by Trademark of Turkish Patent Institute”

(2015/03947-2015-GE-17304)



**GÜVEN PLUS GRUP A.Ş.**

[www.guvenplus.com.tr](http://www.guvenplus.com.tr)

## GENERAL INFORMATION ABOUT UHBAB JOURNAL

- 1 Our journal is a refereed and internationally indexed journal. Each paper is evaluated by two referees who are field experts. The articles not reported as “issuable” positively by two field referees aren’t published in our journal. None of the author(s) can lay a claim on our journal in this case.
- 2 Author(s) cannot make a demand for the journal’s procedure concerning the academicians in journal’s referee board and other boards and other authorities. Even if so, they aren’t given any information, system process cannot be changed. All kinds of information about our journal can be obtained from the website of the journal [www.uhbabdergisi.com.tr](http://www.uhbabdergisi.com.tr)
- 3 Our journal publishes four times a year, all articles in the relevant volume of journal are uploaded to the web system of the journal in one volume on the last day of the months “March – June – September - December”. All readers can download the articles from the journal’s web system and the relevant paper “article” can be used on condition that our journal is given reference. Readers can reach to all volumes of our journal for free.
- 4 All articles published in our journal are assured with certificate of quality (ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706) and trademark patent (2015/04314-2015-GE-18970). Articles published provide their authors with all kinds of legal rights and international assurance regarding their articles with quality, trademark, patent and doi information.
- 5 Our journal has both printed and online version. All kinds of information about our journal can be obtained from the T.R. Ministry of Culture with the number Print ISSN NO: 2147-4168 and Online ISSN NO: 2147-5385.
- 6 APA system is applied in our journal. Reference within the text should be (Yılmaz, 2015: 1) or (Yılmaz et all, 2015:1), in the reference part “YILMAZ, M., (2015)”. It is indicated as Effect of Rewarding in Employees on Job and Performance, UHBAB International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences, Issue:13, Volume:4, pp.1-2. All

authors must follow the latest volumes of our journal and apply the print format of the published articles in their own papers. It is an obligation for internet sources to indicate access date and the entire last accessed internet link in the references and below the page by giving numbers.

- 7 References are arranged by the Turkish alphabet. The printing format in the last volume of the journal is required to be taken into account for all authors.
- 8 Our journal is internationally indexed journal, and all articles and papers published in our journal are sent to relevant indices via e-mail by the publication date of the journal.
- 9 Original research, analysis, compilation, case study, project and book introduction “have to be in an article format” and these publications are also included.
- 10 All papers sent to the journal shouldn't be previously published, not evaluated and not rejected by the format and date uploaded to the system. All articles uploaded to the system are acknowledged that author(s) conform to these rules. Otherwise, our journal keeps its legal rights reserved. All material and moral responsibility regarding a negative situation belong to author(s). Our journal acts in line with the T.R. Law.

# İÇİNDEKİLER

---

## ARAŞTIRMA ve UYGULAMA

**KÜRESEL SPOR GİYİM MARKASI  
TÜKETİCİLERİNİN SATIN ALMA  
DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ** 1-20  
*Zeynep PALA, Hakan ÜNAL*

**SERBEST ZAMAN AKTİVİTELERİNE GÖRE  
KADIN VOLEYBOLCULARIN İLETİŞİM  
DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ** 21-33  
*Özlem EKİZOĞLU, Mehmet ACET*

**ÇOCUK VE MİZAÇ KONUSUNDA TÜRKİYE'DE  
YAZILMIŞ LİSANSÜSTÜ TEZLERİN  
İNCELENMESİ** 34-53  
*Nurcan ALAGÖZ, Mehmet SAĞLAM*

## ARAŞTIRMA ve DERLEME

**SPORCULARDA AŞIRI ANTRENMAN  
SENDROMU** 54-63  
*Hayrettin GÜMÜŞDAĞ, Halit EGESÖY,  
Ayşegül Y. ÖKSÜZOĞLU, Gonca DEMİR*

### **BAŞ EDİTÖRLER**

Prof. Dr. Ayhan AYTAÇ - Trakya Üniversitesi - İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Asuman Seda SARACALOĞLU - Aydın Adnan Menderes Üniversitesi - Eğitim Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Gülten HERGÜNER - Sakarya Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Üniversitesi - Spor Bilimleri Fakültesi - Türkiye

### **GENEL YAYIN YÖNETMENLERİ**

Doç. Dr. Ali Serdar YÜCEL - Fırat Üniversitesi - Spor Bilimleri Fakültesi - Türkiye  
Doç. Dr. Mihalis Michael KUYUCU - Alanya Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi - Sanat ve Tasarım Fakültesi - Türkiye  
Ph.D. L. Santhosh KUMAR - Bishop Heber College - Department of English - Hindistan

### **İSTATİSTİK EDİTÖRLERİ**

Prof. Dr. Ayhan AYTAÇ - Trakya Üniversitesi - İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Ahmet Fahri ÖZOK - Okan Üniversitesi - Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Ali Hakan BÜYÜKLÜ - Yıldız Teknik Üniversitesi - Fen Edebiyat Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Nurcan METİN - Trakya Üniversitesi - İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Serdar TOK - Manisa Celal Bayar Üniversitesi - Spor Bilimleri Fakültesi - Türkiye  
Doç. Dr. Emre DÜNDER - Ondokuz Mayıs Üniversitesi - Fen Edebiyat Fakültesi - Türkiye  
Doç. Dr. Ömer ALKAN - Atatürk Üniversitesi - İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Türkiye  
Doç. Dr. Saliha ÖZPINAR - Alanya Alattin Keykubat Üniversitesi - Tıp Fakültesi - Türkiye

### **TEKNİK EDİTÖRLER**

Prof. Dr. Pelin AVŞAR KARABAŞ - Hitit Üniversitesi - Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi - Türkiye  
Doç. Dr. H. Meltem GÜNDOĞDU - Kırklareli Üniversitesi - Mimarlık Fakültesi - Türkiye  
Doç. Dr. Levent ARIDAĞ - Gebze Teknik Üniversitesi - Mimarlık Fakültesi - Türkiye  
Öğr. Gör. Ozan KARABAŞ - Hitit Üniversitesi - İskilip Meslek Yüksekokulu - Türkiye  
Ozan DÜZ - İstanbul Aydın Üniversitesi - Mimarlık ve Tasarım Fakültesi - Türkiye  
Burhan MADEN - Türkiye

### **DİL EDİTÖRLERİ**

Prof. Dr. Giray Saynur DERMAN - Marmara Üniversitesi - İletişim Fakültesi (İngilizce - Rusça) - Türkiye  
Prof. Dr. Feryal ÇUBUKÇU - Dokuz Eylül Üniversitesi - Buca Eğitim Fakültesi (İngilizce) - Türkiye  
Prof. Dr. Mustafa ÜNAL - Erciyes Üniversitesi - İlahiyat Fakültesi (Arapça) - Türkiye  
Prof. Dr. Yakup POYRAZ - Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi - Fen Edebiyat Fakültesi (Türkçe) - Türkiye  
Doç. Dr. Gökşen ARAS - Atılım Üniversitesi - Fen Edebiyat Fakültesi (İngilizce) - Türkiye  
Doç. Dr. Gültesemin HAZER - Sakarya Üniversitesi - Fen Edebiyat Fakültesi (Türkçe) - Türkiye  
Dr. Öğr. Üyesi Rommel TABULA - Rajamagala University of Technology Lanna (İngilizce) - Tayland  
Dr. Öğr. Üyesi L. Santhosh KUMAR - Bishop Heber College - Department of English (İngilizce) - Hindistan  
Dr. Sinem HERGÜNER SON - Gazi Üniversitesi - Rektörlük (İngilizce) - Türkiye

### **YAYIN KURULU**

Prof. Dr. Ayhan AYTAÇ - Trakya Üniversitesi - İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Ahmet Fahri ÖZOK - Okan Üniversitesi - Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Asuman Seda SARACALOĞLU - Aydın Adnan Menderes Üniversitesi - Eğitim Bilimleri Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Çetin YAMAN - Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi - Spor Bilimleri Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Erdal ZORBA - Gazi Üniversitesi - Spor Bilimleri Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Erdoğan GÜNEŞ - Ankara Üniversitesi - Ziraat Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Fatih ÇATIKKAŞ - Manisa Celal Bayar Üniversitesi - Spor Bilimleri Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Gülten HERGÜNER - Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi - Spor Bilimleri Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Gülsen DEMİR - Aydın Adnan Menderes Üniversitesi - Fen Edebiyat Fakültesi (Emekli) - Türkiye  
Prof. Dr. Giray Saynur DERMAN - Marmara Üniversitesi - İletişim Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Hayrettin GÜMÜŞDAĞ - Yozgat Bozok Üniversitesi - Spor Bilimleri Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Kaya YILDIZ - Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi - Eğitim Bilimleri Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Lale ORTA - Okan Üniversitesi - Uygulamalı Bilimler Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Mehmet BAYANSALDUZ - Dokuz Eylül Üniversitesi - Necat Hepkon Spor Bilimleri Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Metin YAMAN - Dokuz Eylül Üniversitesi - Necat Hepkon Spor Bilimleri Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Mustafa TALAS - Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi - Eğitim Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Mustafa ÜNAL - Erciyes Üniversitesi - İlahiyat Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Muammer CENGİL - Hitit Üniversitesi - İlahiyat Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Nezahat GÜÇLÜ - Gazi Üniversitesi - Gazi Eğitim Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Nurcan METİN - Trakya Üniversitesi - İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Pelin AVŞAR KARABAŞ - Hitit Üniversitesi - Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi - Türkiye  
Prof. Dr. Serdar TOK - Manisa Celal Bayar Üniversitesi - Spor Bilimleri Fakültesi - Türkiye  
Doç. Dr. Ali Serdar YÜCEL - Fırat Üniversitesi - Spor Bilimleri Fakültesi - Türkiye  
Doç. Dr. Abdulkemil KARAAŞLAN - Atatürk Üniversitesi - İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Türkiye  
Doç. Dr. Hakan ÜNAL - Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi - Spor Bilimleri Fakültesi - Türkiye  
Doç. Dr. Muslim AMIN - School of Management & Marketing - Faculty of Business Taylors University - Malezya  
Doç. Dr. Ömer ALKAN - Atatürk Üniversitesi - İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Türkiye  
Doç. Dr. Rab NAVAZ LODHI - University of Central Punjab Lahore - UCP Business School - Pakistan  
Doç. Dr. Sevilay YILDIZ - Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi - Eğitim Fakültesi - Türkiye  
Doç. Dr. Tennur YERLİSU LAPA - Akdeniz Üniversitesi - Spor Bilimleri Fakültesi - Türkiye

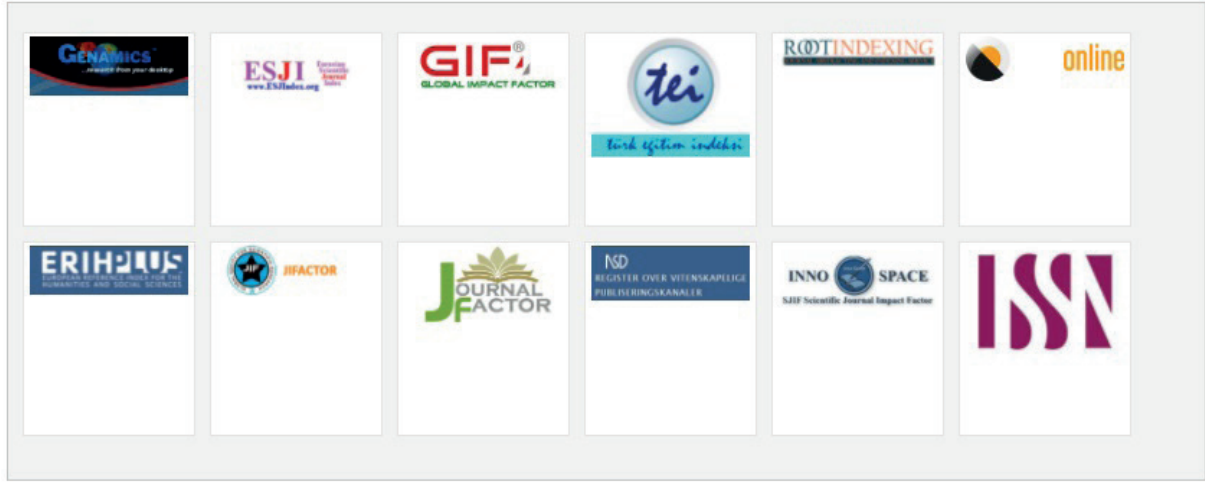
## DISCIPLINES

- Forensic Sciences
- Forensic Medicine Sciences
- German Translation and Interpretation
- American Language and Literature
- Arabic Language and Literature
- Research Techniques
- Archeology
- Bank Management and Performance
- Banking
- Banking and Risk Management
- Computer Technology
- Instructional Technology
- Contemporary Dance and Performing Arts
- Contemporary Turkish Arts
- Labour Economics and Industrial Relations
- Environmental Sciences
- Geography
- Maritime Transportation Management
- Other Social Sciences
- Literature
- Education
- Educational Psychology
- Econometrics
- Economics
- Philosophy
- Financial Management
- Financial Management
- French Translation and Interpretation
- Journalism
- Entrepreneurship and Sme Activities
- Graphic Design
- Security Sciences
- Fine Arts
- Visual and Communication Arts
- Public Relations
- Hospital Administration
- Animal Rights
- Nursing and Health Administration
- Law
- Japanese Language and Literature
- Public Finance
- Public Administration
- Logistics
- Finance
- Mathematics
- Mathematics Teaching
- Architecture
- Fashion Design
- Accounting and Finance
- Music
- Pre-school Education

- Acting and Performing Arts
- Monetary Policy
- Marketing
- Marketing Research and International Marketing
- Marketing and Communication Management
- Project Management
- Psychology
- Radio and Television
- Advertising
- Painting
- Risk Management
- Health Services
- Health Administration and Management
- Health Administration
- Performing Arts
- Art History
- Numerical Methods
- Insurance and Risk Management
- Political Sciences
- Social Work
- Social Psychology
- Sociology
- Sports Science
- Classroom Teacher
- History
- Agricultural Economics
- Supply Chain and Management
- Textile
- Basic Construction Practices and Project Management
- Theatre
- Society and Human
- Tourism
- Tourism Administration and Management
- Turkish Language and Literature
- Turkish Language Teaching
- Turkish Economics and Economy Policies
- Basel Applications in Turkey and the World
- Agricultural Practices in Turkey
- International Politics and Policy
- International Economics
- International Relations
- International Relations and Political Science
- Foreign Languages
- Economics
- Theology
- Communication
- English Translation and Interpretation
- English Language and Literature
- Human Resource Management
- Human and Social Sciences
- Production Management and Practices
- History of Islam
- Statistics
- Management Organization
- Management and Instructional Technology
- Time Management and Psychology
- Teaching Technologies



## DERGİNİN TARANDIĞI İNDEKSLER





**Prof. Dr. Gülten HERGÜNER**  
Baş Editör

**Değerli okurlar, kıymetli bilim insanları,,**

Dergimizin bu sayısında toplam 03 araştırma ve uygulama çalışmasına yer vermiş bulunmaktayız. Dergimizin bu sayısında da birbirinden kıymetli çalışmaları ile bizleri destekleyen yazarlarımıza yürekten teşekkür ederiz. Her sayıda olduğu gibi bu sayının siz kıymetli okurlarla buluşmasında emek ve katkıları ile bizleri yalnız bırakmayan kıymetli hakem kurulumuza da ayrıca teşekkür ediyoruz. Dergimizin sizlere ulaştırılmasında arka planda çalışan ve büyük emek sarf eden editörler kurulu, sistem yönetimi ve yayın kurulundaki kıymetli bilim insanlarına da teşekkür etmeden geçemeyeceğiz. Değerli bilim insanları; dergimizin farklı indekslere girmesi konusundaki başvuru ve çalışmalarımıza devam etmekteyiz. Dergimizde yayınlanan çalışmaların yine farklı okur ile literatür açısından değerlendirilmesi konusundaki duyurularımız da ayrıca devam etmektedir. Farklı dünya ülkelerinden bilim insanlarına dergi ve sayıları konusundaki iletiler ile iletişim çalışmalarına da ayrıca hız vermiş bulunmaktayız. Şimdiden destek ve katkılarımızdan dolayı teşekkür eder gelecek sayılarda yeniden görüşmek üzere esenlikler dileriz.

**(Dergimizde etik kurul raporu gerektiren her türlü çalışmada yazar(lar) editörlüğe ve derginin sisteminde yayın yüklerken gerekli etik kurul rapor bilgilerini girmekle yükümlüdür. Hiçbir koşul ve şartlarda oluşan ya da oluşacak bir sorunda problemde dergimiz, yayın kurulu, imtiyaz sahibi, yazı işleri, hakem ve bilim kurulları sorumluluk kabul etmez. Yazar(lar) bu bilgiyi dergiye yazılı olarak vermekle yükümlüdür. Bu konuda tüm sorumluluk yazar(lar) a aittir).**

**Basın Yayın Kanununun "5187" gereğince basılı eserler yoluyla işlenen fiillerden doğan maddi ve manevi zarar m-13-14 kapsamında dergimizde yayınlanan yayınların içeriği ve hukuki sorumluluğu tek taraflı olarak yazar(lar) a aittir. Dergimiz, yönetim, hakem, editör, bilim ve imtiyaz sahibi bu yükümlülükleri kabul etmez. Dergimizde bilimsel içerikli, literatüre katkı yapan, bilimsel anlamda değer ifade eden çalışmalar kabul edilir ve yayınlanır. Bunun dışında siyasi, politik, hukuki ve ticari içerikli fikri sınai haklar kanununa aykırılık içeren yayınlara yer verilmez. Olası bir olumsuzluk durumunda yazar(lar) doğabilecekler türlü maddi ve manevi zararı peşinen kabul etmiş ve yüklenmiştir. Bu nedenle ikinci üçüncü ve diğer şahıs ile kurumlar konusunda dergimiz yönetimi ve kurulları hiçbir sorumluluğu kabul etmez. Bu yönde dergimiz ve kurulları üzerinde bir hukuki yaptırım uygulanması söz konusu olamaz. Eserlerin içeriği ve mevcut durumu yazar(lar) ait olup dergimiz, bu yayınların sadece yayınlanması ve literatüre kazandırılması aşamasında görev üstlenmiştir. Tüm okuyucu, kamuoyu ve takipçilerine ilan edilmiştir.**

**Dear readers, precious scholars.,**

In this issue of our journal, there are a total of 03 research and application studies. In this issue of the journal, we would like to express our sincere thanks to the authors who support us with their valuable studies. We would also like to express our thanks and appreciation to the precious arbitration committee members who never leave us alone and enable this issue to meet with our dear readers with their wonderful efforts and contributions, as they have done in each issue. We also greatly appreciate the efforts of the editorial board, system management, and the precious scholars taking place in the editorial board for making an effort in the background of the publication of this journal. Dear scientists, we still continue our applications and works to enable our journal to be in different indices. Our announcements about the evaluation of the studies published in our journal to be assessed by different readers and literatures also still continue. We have also speeded up our communication studies and the delivery of the journal and its issues to scientists and scholars all around the world. We thank you for your support and contributions already, and we pray for reconciliation.

**(In any kind of study requiring ethical board report in our journal, author(s) is/are obliged to enter the data of necessary ethical board report while uploading their publication in editorship and journal system. Our journal, publication board, grant holder, editorial office, referee and science boards do not undertake any responsibility for a problem to occur under any circumstances and conditions. Author(s) is/are obliged to give this information to journal in written. All liability in this issue belongs to author(s)).**

**As per the “5187” of Press Law, material and emotional damage arising from the actions via published works, the content and legal responsibility of the publications published in our journal within the scope of m-13-14 unilaterally belong to author(s). Our journal, executive board, referees, editor, science board and publisher don’t accept these obligations. The scientifically valuable papers with scientific content which contribute to literature are accepted and published in our journal. Apart from this, the papers with political, legal and commercial content which are against the intellectual property rights are not accepted. In case of a possible negative situation, author(s) is/are regarded as accepting and undertaking all kinds of possible material and emotional damage beforehand. Therefore, our journal’s management and other boards don’t accept any responsibility regarding the second, third and other persons and institutions under any condition. In this sense, a legal sanction on our journal and its boards is out of question. The content and the current status of the papers belong to author(s) and our journal only takes part in the publication of these papers and contribution to literature. Respectfully announced to all readers, public and followers by publication.)**

## KÜRESEL SPOR GİYİM MARKASI TÜKETİCİLERİNİN SATIN ALMA DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ <sup>(1)</sup>

### A RESEARCH ON THE BUYING BEHAVIOR OF GLOBAL SPORTS CLOTHING BRAND CONSUMERS

Zeynep PALA<sup>1</sup>, Hakan ÜNAL<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla / Türkiye

<sup>2</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, Muğla / Türkiye

ORCID ID: 0000-0002-4570-6205<sup>1</sup>, 0000-0001-5306-2828<sup>2</sup>

**Öz: Amaç:** Bu araştırma, küresel spor giyim markası tüketicilerinin satın alma davranışı üzerinde etkili olan faktörlerin incelenmesi amacıyla planlanmış kesitsel bir araştırmadır. **Yöntem:** Basit rastgele örnekleme yöntemi uygulanarak, kitlerdeki kişi sayısı (N)=1500 (Spor Bilimleri Fakültesi toplam öğrenci sayısı) olarak alındığında, örneklem çapı (n) = 550 olarak belirlenmiştir. Araştırmacı tarafından çalışma grubunu oluşturan 550 öğrenciye, Sosyo-Demografik Özellikler Formu ve Sproles ve Kendall (1986) tarafından geliştirilen, Bikari (2013) tarafından Türkçeye uyarlanan 7 alt boyuttan oluşan 5'li likert tipi Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği uygulanmıştır. **Bulgular:** Örneklem grubundaki spor tüketicilerinin, bilindik ve pazarda en büyük paya sahip olan küresel markaları öncelikli olarak tercih ettikleri, satın alma tarzlarının tercih edilen spor giyim markasına, yaş, okunan bölüm ve gelir düzeyine göre değişiklik göstermediği, marka bağlılığı, satın alma tercihleri, mükemmeliyetçilik, moda odaklılık, alışveriş yapmaya yönelik tutum, marka bilinci ve kalite odaklılık ile satın alma tarzları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Cinsiyet değişkenine göre, satın alma tercihleri, moda odaklılık ve marka bilinci boyutları için farklılık görülürken, marka bağlılığı, mükemmeliyetçilik, alışveriş yapmaya yönelik tutum ve kalite odaklılık boyutları için farklılık çıkmamıştır. **Sonuç:** Sonuç olarak, satın alma tarzlarının spor markası tercihine göre farklılık göstermediği, marka bağlılığı, satın alma tercihleri, mükemmeliyetçilik, moda odaklılık, alışveriş yapmaya yönelik tutum, marka bilinci ve kalite odaklılık ile satın alma tarzları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Spor, Spor Giyim Markası, Tüketici Davranışı, Tüketici Satın Alma Tarzı

**Abstract: Aim:** This research is a cross sectional study which is designed to examine the factors that effect on the consumers' purchasing behaviors of global sportswear brands. **Method:** By applying the simple random sampling method, the sample size was determined as (n) = 550 when the number of people in the population (N)=1500 (total number of students in the Faculty of Sports Sciences). The Socio-Demographic Characteristics Form and the 5-point Likert-type Consumer Purchasing Behavior Scale consisting of 7 sub-dimensions developed by Sproles and Kendall (1986) and adapted into Turkish by Bikari (2013) were applied to 550 students who made up the study group by the researcher. **Results:** The students prefer the most popular global brands which have the largest share in the market. The results also showed that the age, class and income do not affect the preferences. It has been found that there is a positive relationship between brand loyalty, purchasing preferences, perfectionism, fashion orientation, shopping attitude, brand awareness and quality orientation and purchasing styles. It has also found that according to the gender variable there is meaningful difference about the purchasing preferences, fashion orientation and brand awareness dimensions but there is not a meaningful difference for brand loyalty, perfectionism, attitude towards shopping and quality orientation. **Conclusion:** According to the results, it has been determined that purchasing styles do not differ according to sports brand preferences, there is a positive relationship between brand loyalty, purchasing preferences, perfectionism, fashion oriented, shopping attitude, brand awareness and quality orientation and purchasing styles.

**Keywords:** Sport, Sportswear Brand, Consumer Behavior, Consumer Purchasing Style

Doi: 10.17368/uhbab.2021.24.01

- (1) Sorumlu Yazar, Corresponding Author: Hakan ÜNAL "Doç. Dr., Assoc. Prof.", Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, Türkiye, hakan@mu.edu.tr, Geliş Tarihi / Received: 26.05.2021, Kabul Tarihi / Accepted: 11.10.2021, Makalenin Türü: Type of Article: (Araştırma – Uygulama; Research - Application) Çıkar Çatışması, Yok – Conflict of Interest, None, Etik Kurul Raporu veya Kurum İzin Bilgisi- Ethical Board Report or Institutional Approval, Yok / None "Not: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 30/10/2019 tarih ve 913/1 sayı numarası ile izinleri alınmıştır. MSKÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Spor Yöneticiliği Ana Bilim Dalında Şubat 2021 tarihinde Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilen tezden türetilmiştir.)



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

## GİRİŞ

Bu araştırmada, küresel ölçekte faaliyet gösteren spor giyim markasını tercih eden tüketicilerin, satın alma davranışları araştırılmıştır. Markaların bilinirlik düzeyinin tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde etkili olduğu düşüncesiyle küresel spor giyim markaları tüketicilerine odaklanılmıştır.

Talepte bulunarak, bu talepleri doğrultusunda ihtiyaçlarını giderme yolunu arayan bireyler tüketici olarak adlandırılmaktadır (Savaş ve Günay, 2016: 50). Pazarlamacıların yakından ilgilendiği bir kavram olarak tüketici satın alma davranışı, farklı sosyal bilimler alanlarının araştırma konusudur. Tüketicilerin satın alma kararı vermesine kadarki gelişme ve süreçler tüketici satın alma davranışının temelini oluşturmaktadır (Hacıoğlu Deniz, 2011: 246). Tüketici satın alma davranışı; demografik faktörler, kültürel faktörler, psikolojik faktörler, sosyal faktörler ve ekonomik faktörlerin etkisi altında şekillenmektedir (Cömert ve Durmaz, 2006: 352). Tüketici satın alma davranışı, arzu ve isteklerin davranış halini aldığı bir süreçtir (Torun, 2017: 959). İşletmelerin tüketicileri tatmin

edebilmeleri için tüketicilerin istek ve beklentilerini doğru bir biçimde analiz etmeleri gerekmektedir. Tüketici satın alma davranışı, işletmelerin pazarlama faaliyetlerini etkiler ve işletmelerin sürekliliği üzerinde belirleyici

ci rol oynamaktadır (Bekar ve Gövce, 2015: 947). Tüketici satın alma tazlarının açıklanmasında tanımlayıcı modeller kullanılmaktadır. Tanımlayıcı modeller, satın alma tercihlerinin nelere dayandığı yerine nasıl yapıldığına odaklanmaktadır. Tüketici satın alma davranışı süreci içinde tüketicinin nasıl hareket ettiği tanımlayıcı modellerin üzerinde durduğu noktalar arasındadır (Tunçkan, 2012: 155). Nicoisa modeli, Howard ve Sheth modeli, Engel-Kollat-Blackwell modeli gibi modeller tüketici satın alma davranışını açıklayan tanımlayıcı modeller arasında yer almaktadır (Gürsoy, 2019: 14).

Tüketici satın alma tarzı, “tüketicinin satın alma öncesi, anı ve sonrasında etkili olan duygusal ve düşünsel odaklı yapı olarak tanımlanmıştır” (Ünal ve Erciş, 2007: 323). Tüketici satın alma tarzları sekiz boyutta ele alınmaktadır. Bu boyutlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Dursun, Alınçık ve Kabadayı, 2013: 295). Bunlar; mükemmeliyetçilik, marka odaklılık, yenilikçilik, eğlence/haz odaklılık, fiyat odaklılık, dikkatsizlik, çeşit karmaşası, marka bağlılığı şeklindedir. Tüketicilerin satın alma tarzı; değer yargıları, kültürel gelenekler, ekonomik ortam, kişisel istek ve beklentiler, çevrenin tepkileri gibi faktörlerle birlikte ele alınmaktadır (Savaş ve Günay, 2016: 51). Tüketici satın alma tarzları, bu yönüyle işletmeler ve pazarlamacılar açısından oldukça önemli bir konu niteliği taşımaktadır



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

(Bekar ve Gövce, 2015: 947).

Çalışmada odaklanılan diğer bir konu ise küresel spor markası kavramıdır. Marka, günümüzde işletmeler, pazarlama disiplini ve pazarlama ile ilgilenen taraflar için son derece önemli bir konu niteliği taşımaktadır. Ürün ve hizmeti kimliklendiren önemli bir olgudur (Durmaz ve Ertürk, 2018: 82). Bir işletmenin ürettiği ürün ya da hizmetleri pazara sunabilmesinde marka etkili bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu yönüyle marka önemli kararları içeren stratejik bir konudur (Özgüven, 2010: 141). Bir markanın en temel işlevi, işletmenin sunduğu ürün ya da hizmetin tüketicinin zihninde algılanması suretiyle rakiplerden ayırt edilmesini sağlamasıdır (Akalan, Göktaş ve Tarakçı, 2019: 788). Marka kavramı açıklanırken ayırt etmede yardımcı niteliklerin yanı sıra markanın işletmelere kimlik kazandırma yönü üzerinde durulmaktadır (Kılıç ve Altay, 2018: 673).

Spor markası, yoğun rekabet ortamında markaların rakiplerine üstünlük kurabilmesi için spor işletmelerine yardımcı olmaktadır. Spor markaları, markanın zihninde edindiği yeri belirlemektedir. Spor markası, spor markalarındaki pazarlama hedeflerinin gerçekleşmesi ve iyi bir yer edinmeleri için kritik bir öneme sahiptir. Tüketici karar alma sürecinde, spor markasının unsurları markanın devamlılığı ve satılabilirliğini kolaylaştırmaktadır (Villarejo-Ramos ve Martin-Velicia, 2007).

Dikkatli bir pazarlama stratejisi uygulayarak, tüketiciyi anlayıp, ihtiyaç ve isteklerini karşılayabilecek spor ürünleri sunabilmek önem teşkil etmektedir (Ünal, 2019: 1343). Diğer sektörlerde olduğu gibi spor sektöründe de yoğun bir rekabetten bahsedilmektedir. Bu nedenle markaların tüketicilerin tercihi haline gelebilmek için planlı ve yoğun çalışmalar yürütmesi gerekmektedir. Spor sektöründe markalar bir yandan yeni ürünleri tüketicilerin beğenisine sunarken bir yandan da daha önceden sunulmuş olan ürünleri iyileştirmek durumundadır (Göksu, 2010: 51). Bunun için yoğun bir biçimde tutundurma faaliyeti yürütülmesi gerekmektedir. Tutundurma faaliyetlerinin temelinde müşterilerle iletişim kurma kilit noktayı oluşturmaktadır (Ekmekçi ve Ekmekçi, 2009: 27).

## AMAÇ

Bu araştırma, küresel ölçekte faaliyet gösteren spor giyim markasını tercih eden tüketicilerin satın alma davranışlarının araştırılması amacıyla yapılmıştır.

Küresel spor giyim markalarının tüketicilerin bağlılıklarını artırma noktasında fikir verebilecek olmasının, çalışmanın önemini artırdığı düşünülmektedir. Spor giyim markaları özelinde tüketici davranışlarının analiz edilecek olması da önemi teşkil etmektedir.



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

## KAPSAM

Bu araştırmanın, genç tüketicilerden Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Spor Yöneticiliği, Antrenörlük Eğitimi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği ve Rekreasyon bölümleri öğrencilerinden 210 kadın, 340 erkek olmak üzere, toplam 550 öğrenciyi kapsamaktadır.

Çalışmamızda, spor tüketicilerinin spor giyim markası ürünlerini tercih ederlerken hangi unsurlara göre hareket ettiklerini belirlemeye çalıştık. Bu bağlamda, tüketicilerin hangi faktörlerin etkisinde satın alma kararı verdiğinin açıklanması, tüketici satın alma davranışı üzerinde belirleyici konumdaki kriterlerin ortaya koyulması önem teşkil etmekte ve alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

### Araştırma Grubu

Bu araştırmanın evreni, spor giyim markası tüketicileri yani genç tüketicilerden (üniversite öğrencilerinden) oluşmaktadır. Araştırma, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Spor Yöneticiliği Antrenörlük Eğitimi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği ve Rekreasyon bölümleri öğrencileri oluşturmaktadır. Bu araştırmanın örneklemini ise spor giyim markası tüketicileri yani genç tüketicilerden Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Spor

Yöneticiliği Antrenörlük Eğitimi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği ve Rekreasyon bölümleri öğrencilerinden toplam 550 öğrenci oluşturmaktadır. Yapılan çalışmada, basit rastgele örnekleme yöntemi uygulanarak hata payı (alfa)=0.005, sapma miktarı (d)=0.05 ve kitledeki kişi sayısı (N)=1500 (Spor Bilimleri Fakültesi toplam öğrenci sayısı) olarak alındığında, örneklem çapı (n) = 550 olarak belirlenmiştir. Araştırmanın yapıldığı tarihte, fakülte dekanlığından resmi öğrenci sayısı talep edilmiş (1500) ve örneklem grubu bu sayı üzerinden hesaplanmıştır. Ölçek, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Spor Yöneticiliği Antrenörlük Eğitimi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği ve Rekreasyon bölümleri öğrencilerinden 600 kişiye, araştırmacı tarafından bire bir elden dağıtılmış ve uygulanmış, geçerli olan 550 anket (210 kadın, 340 erkek) değerlendirilmeye alınmıştır.

## ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Küresel ölçekte faaliyet gösteren markaların tüketici satın alma tercihi üzerinde etkili olduğu düşüncesi araştırmanın problem durumunu meydana getirmektedir. Araştırmanın problem cümlesi, küresel spor giyim markası tüketicilerinin satın alma davranışı üzerinde etkili olan faktörler nelerdir? olarak belirlenmiştir.



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

## ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Çalışmada aşağıdaki hipotezler sınanmaktadır:

**H1:** Satın alma tarzları katılımcının yaşına göre farklılık göstermektedir.

**H2:** Satın alma tarzları katılımcının cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.

**H3:** Satın alma tarzları katılımcının bölümüne göre farklılık göstermektedir.

**H4:** Satın alma tarzları katılımcının aylık gelire göre farklılık göstermektedir.

**H5:** Satın alma tarzları katılımcının tercih edilen spor markasına göre farklılık göstermektedir.

**H6:** Satın alma tarzları katılımcının tercih edilecek spor markasına göre farklılık göstermektedir.

**H7:** Marka Bağlılığı, Satın Alma Tercihleri, Mükemmeliyetçilik, Moda Odaklılık, Alışveriş Yapmaya Yönelik Tutum, Marka Bilinci ve Kalite Odaklılık satın alma tarzları arasında bir ilişki vardır.

## VERİLERİN TOPLANMASI

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formu 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde sosyo-demografik özelliklerinin olduğu 6 soru ve ikinci bölümde 40 sorundan oluşan Tüketici

Satın Alma Davranışı Ölçeği yer almaktadır.

### *Sosyo-Demografik Özellikler Formu*

Bu formda yaş, cinsiyet, bölüm, aylık gelir, spor marka tercihi, tercih edilecek spor marka değişkenleri yer almaktadır.

### *Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği*

Sproles ve Kendall (1986) tarafından geliştirilen ölçek Bikari (2013) tarafından Türkçeye uyarlanmış (Crombach Alfa .0905) ve Tüketici Tarz İndeksi adını almıştır (Erdem, 2016: 38). İndeks 5 likert ölçeğine göre oluşturulmuştur. Katılımcılardan likert ölçeğine göre sunulan seçeneklerden birini seçerek bu ifadelere katılım derecelerini belirtmeleri istenmiştir. Ölçekte “1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-katılmıyorum, 3-ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4 katılıyorum, 5-kesinlikle katılıyorum” şeklinde belirlenmiştir. 40 maddeden oluşan Tüketici Tarzı ölçeğinin güvenilirliğinin 0,856 olduğu tespit edilmiştir. Buradan yola çıkarak, ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir (Özdamar, 2002).

### **Verilerin Analizi**

Araştırmada elde edilen veriler SPSS for Windows 25.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistiksel yöntemleri olarak sayı, yüzde, ortalama, standart sapma kullanılmıştır. Değişkenlere ait çarpıklık ve basıklık değerleri  $\pm 1,96$  arasında olduğu için, değiş-





UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

kenlerin normal dağılım sergilediğine karar verilmiştir. Bu nedenle, iki bağımsız grup arasında niceliksel sürekli verilerin karşılaştırılmasında t-testi, ikiden fazla bağımsız grup arasında niceliksel sürekli verilerin karşılaştırılmasında Tek yönlü (Oneway) Anova testi kullanılmıştır. Anova testi sonrasında farklılıkları belirlemek üzere tamamlayıcı post-hoc analizi olarak Scheffe testi kullanılmıştır. Araştırmanın sürekli değişkenleri arasında Pearson korelasyon analizi uygulanmıştır.

## ARAŞTIRMANIN KISITLARI

Bu araştırma Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinden 550 Öğrenci ile sınırlıdır. Bu sebeple, üniversite öğrencilerinin tamamına ve tüm spor tüketicilerine genelleştirilmesi açısından sınırlıklar içermektedir. Ayrıca, genç tüketicilerin verdiği yanıtların samimi yanıtlar olduğunun kabul edilmesi çalışmanın sınırlılıklarını meydana getirmektedir. Koronavirüs pandemisi dolayısıyla ile farklı üniversite öğrencileri ile çalışılamamıştır.

## BULGULAR

**Tablo 1. Öğrencilerin Demografik Özelliklerine Ait Frekans ve Yüzde Değerleri**

		N	%
Yaş	18-23 yaş	436	79,3
	24-29 yaş	55	10,0
	30-35 yaş	55	10,0
	36-41 yaş	1	0,2
	42-47 yaş	3	0,5
	Toplam		550
Cinsiyet	Erkek	340	61,8
	Kadın	210	38,2
	Toplam		550
Bölüm	Beden Eğitimi ve Spor Öğr.	130	23,6
	Spor Yöneticiliği	152	27,6
	Antrenörlük Eğitimi	143	26,0
	Rekreasyon	125	22,7
	Toplam		550



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

Aylık Gelir	1000-2500 TL	124	22,5
	2501-4000 TL	148	26,9
	4001-5500 TL	117	21,3
	5501 TL ve üzeri	161	29,3
	Toplam	550	100,0
Spor Marka Tercihii	Nike	241	43,8
	Adidas	106	19,3
	Hummel	44	8,0
	Puma	34	6,2
	Asics	29	5,3
	Under Armour	22	4
	New Balance	21	3,8
	Reebok	20	3,6
	Mizuno	11	2
	Diğer	10	1,8
	Skechers	7	1,3
	Slazenger	5	0,9
Toplam	550	100,0	



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

Marka Değişikliği Durumunda Tercih Edilecek Spor Markası	Adidas	172	31,3
	Nike	128	23,3
	Under Armour	61	11,1
	Puma	55	10
	Hummel	35	6,4
	Asics	25	4,5
	New Balance	22	4
	Reebok	17	3,1
	Mizuno	13	2,4
	Skechers	9	1,6
	Diğer	9	1,6
	Slazenger	4	0,7
Toplam	550	100,0	

Tüketici tarzları ölçeği ifadelerine ait tanımlayıcı istatistik sonucuna göre, ölçek ifadelerinden “Genellikle yeni ürünü deneyen ilk kişi olurum.” İfadesi en düşük ( $2,47 \pm 1,12$ ) ortalamaya sahiptir. “Benim için iyi kaliteli ürün almak çok önemlidir.” İfadesi en yüksek ( $3,95 \pm 1,04$ ) ortalamaya sahiptir. Bu bulgu sonucunda öğrenciler için en önemli unsurun kalite olduğu görülmüştür.

Öğrencilerin yaşlarına göre tüketici tarzları özelliklerinin karşılaştırılması sonucunda mükemmeliyetçilik, moda odaklılık, alışveriş yapmaya yönelik tutum, marka bilinci, kalite odaklılık alt boyut puanlarında öğrencinin yaşları arasında farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu bulgu sonucunda farklı yaşlardaki öğrencilerin mükemmeliyetçilik, moda

odaklılık, alışveriş yapmaya yönelik tutum, marka bilinci, kalite odaklılık algısının benzer olduğu görülmektedir. Diğer bir taraftan marka bağlılığı, satın alma tercihleri alt boyut ve tüketici tarzı toplam puanının öğrencinin yaşının farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p < 0,05$ ). Ancak, 36-41 yaş grubunda bir öğrenci katılım sağladığı için gruplar arası karşılaştırma yapılamamıştır. Bu bulgu sonucunda farklı yaşlardaki öğrencilerin marka bağlılığı, satın alma tercihleri alt boyut ve tüketici tarzı algısının farklı olduğu görülmektedir. Cinsiyet değişkenine göre, marka bağlılığı, mükemmeliyetçilik, alışveriş yapmaya yönelik tutum ve kalite odaklılık alt boyut puanlarında öğrencinin yaşları arasında farklılık bulunmamıştır. Bu bulgu sonucunda kadın ve erkek öğrencilerin marka bağlılığı,



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

mükemmeliyetçilik, alışveriş yapmaya yönelik tutum ve kalite odaklılık algısının benzer olduğu görülmektedir. Erkek öğrencilerin ( $3,38\pm 0,58$ ) satın alma tercihleri algısının kadın öğrencilerden ( $3,26\pm 0,61$ ) daha yüksek, erkek öğrencilerin ( $3,06\pm 0,78$ ) moda odaklılık algısının kadın öğrencilerden ( $2,92\pm 0,73$ ) daha yüksek, erkek öğrencilerin ( $3,00\pm 0,93$ ) marka bilinci algısının kadın öğrencilerden ( $2,81\pm 0,94$ ) daha yüksek ve erkek öğrencilerin ( $3,18\pm 0,44$ ) tüketici tarzları algısının kadın öğrencilerden ( $3,09\pm 0,41$ ) daha yüksek olduğu görülmüştür.

Bölüm değişkenine göre, marka bağlılığı, satın alma tercihleri, mükemmeliyetçilik, moda odaklılık, alışveriş yapmaya yönelik tutum, marka bilinci, kalite odaklılık ve tüketici tarzı toplam puanlarında öğrencinin yaşları arasında farklılık bulunmamıştır. Bu bulgu sonucunda, öğrencilerin bölümüne göre marka bağlılığı, satın alma tercihleri, mükemmeliyetçilik, moda odaklılık, alışveriş yapmaya yönelik tutum, marka bilinci, kalite odaklılık ve tüketici tarzı algısının benzer olduğu belirlenmiştir. Gelir değişkenine göre, marka bağlılığı, moda odaklılık, alışveriş yapmaya yönelik tutum, marka bilinci, kalite odaklılık ve tüketici tarzı toplam puanlarında öğrencinin aylık gelirine arasında farklılık bulunmamaktadır. Bu bulgu sonucunda, farklı aylık gelire sahip öğrencilerin marka bağlılığı, moda odaklılık, alışveriş yapmaya yönelik tutum,

marka bilinci, kalite odaklılık ve tüketici tarzı algısının benzer olduğu söylenebilir.

Diğer bir taraftan, satın alma tercihleri ve mükemmeliyetçilik alt boyut puanının öğrencinin aylık gelirine göre farklılık bulunmaktadır. Bu bulgu sonucunda, 1000-2500 TL ve 2501-4000 TL aylık gelire sahip öğrencilerin satın alma tercihleri algısının 5501 TL ve üzeri aylık gelire sahip öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmüştür. 5501 TL ve üzeri aylık gelire sahip öğrencilerin mükemmeliyetçilik algısının 1000-2500 TL gelire sahip öğrencilerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Marka tercihi değişkenine göre, tercih edilen markaya göre marka bağlılığı, satın alma tercihleri, mükemmeliyetçilik puanları arasında farklılık bulunmuştur. Bu bulgu sonucunda; Nike spor markası kullanan öğrencilerin marka bağlılığı algısının Asics, Skechers, Under Armour ve Puma spor markası kullanan öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca Adidas ve diğer spor markası kullanan öğrencilerin marka bağlılığı algısının Skechers spor markası kullanan öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Nike spor markası kullanan öğrencilerin satın alma tercihleri algısının Adidas, New Balance, Reebok, Under Armour ve Puma spor markası kullanan öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca diğer spor markasını kullanan öğrencilerin satın alma tercihleri algı-



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

sının New Balance, Reebok, Under Armour ve Puma spor markası kullanan öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Nike spor markası kullanan öğrencilerin mükemmeliyetçilik algısının Asics, Puma, Hummel, Slazenger ve diğer spor markasını kullanan öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tercih edilen markaya göre tüketici tarzları özelliklerinin karşılaştırılması sonucunda, öğrencinin tercih ettiği marka alışveriş yapmaya yönelik tutum ve marka bilinci puanları arasında farklılık ortaya çıkmamıştır. Bu bulgu sonucunda farklı markaları tercih eden öğrencilerin alışveriş yapmaya yönelik tutum ve marka bilinci algısının benzer olduğu görülmektedir. Diğer bir taraftan öğrencinin tercih ettiği markaya göre moda odaklılık puanları arasında farklılık ortaya çıkmıştır. Tercih edilen markaya göre, kalite odaklılık ve tüketici tarzları puanlarında farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ). Nike spor markası kullanan öğrencilerin kalite odaklılık algısının Under Armour, Puma, Hummel, Slazenger ve diğer spor markalarını kullanan öğrencilerden daha yüksek olduğu, Adidas spor markası kullanan öğrencilerin kalite odaklılık algısının Under Armour, Puma, Slazenger spor markalarını kullanan öğrencilerden daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Nike spor markası kullanan öğrencilerin tüketici tarzları algısının Adidas, Asics, Under Armour, Puma ve Hummel spor markalarını kullanan öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Öğrencilerin kullanmak istedikleri marka tercihine göre, tüketici tarzları özelliklerinin karşılaştırılması sonucunda, marka bağlılığı, satın alma tercihleri, mükemmeliyetçilik puanlarında öğrencinin kullanmak istedikleri marka tercihleri arasında farklılık bulunmamaktadır. Farklı markaları kullanmak isteyen öğrencilerin marka bağlılığı, satın alma tercihleri, mükemmeliyetçilik algısının benzer olduğu belirlenmiştir. Farklı markaları kullanmak isteyen öğrencilerin moda odaklılık, alışveriş yapmaya yönelik tutum, marka bilinci algısı, kalite odaklılık ve tüketici tarzı algısının benzer olduğu ortaya çıkmıştır.

rencilerden daha yüksek olduğu, Adidas spor markası kullanan öğrencilerin kalite odaklılık algısının Under Armour, Puma, Slazenger spor markalarını kullanan öğrencilerden daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Nike spor markası kullanan öğrencilerin tüketici tarzları algısının Adidas, Asics, Under Armour, Puma ve Hummel spor markalarını kullanan öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Öğrencilerin kullanmak istedikleri marka tercihine göre, tüketici tarzları özelliklerinin karşılaştırılması sonucunda, marka bağlılığı, satın alma tercihleri, mükemmeliyetçilik puanlarında öğrencinin kullanmak istedikleri marka tercihleri arasında farklılık bulunmamaktadır. Farklı markaları kullanmak isteyen öğrencilerin marka bağlılığı, satın alma tercihleri, mükemmeliyetçilik algısının benzer olduğu belirlenmiştir. Farklı markaları kullanmak isteyen öğrencilerin moda odaklılık, alışveriş yapmaya yönelik tutum, marka bilinci algısı, kalite odaklılık ve tüketici tarzı algısının benzer olduğu ortaya çıkmıştır.



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

**Tablo 2. Tüketici Tarzı Toplam Puanı ile Alt Boyut Puanları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Korelasyon Analizi Sonuçları**

	Marka Bağlılığı	Satın Alma Tercihleri	Mükemmeliyetçilik	Moda Odaklılık	Alışveriş Yapmaya Yönelik Tutum	Marka Bilinci	Kalite Odaklılık	Tüketici Tarzı (Toplam Puan)
Marka Bağlılığı	r	1						
	p							
	N	550						
Satın Alma Tercihleri	r	,341**	1					
	p	,000						
	N	550	550					
Mükemmeliyetçilik	r	,321**	,238**	1				
	p	,000	,000					
	N	550	550	550				
Moda Odaklılık	r	,416**	,263**	,408**	1			
	p	,000	,000	,000				
	N	550	550	550	550			
Alışveriş Yapmaya Yönelik Tutum	r	,186**	,338**	,230**	,267**	1		
	p	,000	,000	,000	,000			
	N	550	550	550	550	550		
Marka Bilinci	r	,295**	,055	,242**	,370**	,138**	1	
	p	,000	,201	,000	,000	,001		
	N	550	550	550	550	550	550	
Kalite Odaklılık	r	,380**	,216**	,389**	,386**	,168**	,285**	1
	p	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	550	550	550	550	550	550	550



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

Tüketici Tarzı (Toplam Puan)	r	,729**	,558**	,638**	,718**	,491**	,509**	,604**	1
	p	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	550	550	550	550	550	550	550	550

\*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,05$ .

Tablo 2'ye göre, tüketici tarzı ile marka bağlılığı arasında  $r=0,729$ , satın alma tercihleri ile arasında  $r=0,558$ , mükemmeliyetçilik ile arasında  $r=0,638$ , moda odaklılık ile arasında  $r=0,718$ , alışveriş yapmaya yönelik tutum ile arasında  $r=0,491$ , marka bilinci ile arasında  $r=0,509$  ve kalite odaklılık ile arasında  $r=0,604$  düzeyinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu bulgu sonucunda, marka bağlılığı, satın alma tercihleri, mükemmeliyetçilik, moda odaklılık, alışveriş yapmaya yönelik tutum, marka bilinci ve kalite odaklılık algısı arttıkça tüketici tarzları algısının arttığı görülmektedir.

## TARTIŞMA

Örneklem grubumuzdaki öğrencilerin spor giyim markası tercihlerine bakıldığında, küresel spor giyim markalarından en bilinenlerin öncelikli olarak tercih edildiği görülmüştür. Göksu (2010), beden eğitimi öğretmenlerinin marka sadakati üzerine yaptığı çalışmada, en çok hatırlanan spor markalarının Nike, Adidas, Puma ve Reebok olduğu, marka bilinirliği ve bilinirliğinin öğrencilerin duygusal marka sadakatinde önemli bir unsur olduğu belirtmiştir. Koçak ve arkadaşlarının (2007)

öğrencilerin tercih ettikleri ilk beş spor markasının küresel ölçekli en çok bilinenler markaları olduğunu belirlemişlerdir. Genç tüketiciler arasında, markanın ünü, moda durumu, rahatlığı ve kalitesi spor markalarının tercih sebebi olmaktadır. Başarılı markalar, müşteri ile güçlü bir duygusal ve kişisel ilişki kurabilmektedir. Sonuç olarak, bu ilişki potansiyel olarak markaya karşı güven ve sadakati tetikleyebilir (Bedbury ve Fenichell, 2002; Ünal, 2019).

Satın alma tarzlarının tercih edilen spor giyim markasına, yaş, okunan bölüm ve gelir düzeyine göre değişiklik göstermediği, marka bağlılığı, satın alma tercihleri, mükemmeliyetçilik, moda odaklılık, alışveriş yapmaya yönelik tutum, marka bilinci ve kalite odaklılık ile satın alma tarzları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Cinsiyet değişkenine göre satın alma tercihleri, moda odaklılık ve marka bilinci boyutları için farklılık görülürken, marka bağlılığı, mükemmeliyetçilik, alışveriş yapmaya yönelik tutum ve kalite odaklılık boyutları için farklılık ortaya çıkmamıştır. Satın alma tarzlarının spor markası tercihine göre farklılık göstermediği, marka bağlılığı, satın alma tercihleri, mükemmeliyetçilik, moda odaklılık, alışveriş



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

yapmaya yönelik tutum, marka bilinci ve kalite odaklılık ile satın alma tarzları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmamızda, tüketici satın alma tarzları üzerinde yaşın etkili olmadığı tespit edilmiştir. Yani her ne kadar bu çalışmada genç pazara yönelik bulgular elde edilmiş olsa da bu sonuçların her yaş grubu için farklı olabileceği düşünülmektedir. Fakat hedef kitlenin çoğunlukla genç tüketicilerden oluştuğu ve bu sebeple çalışmaya katılanların ekonomik özgürlüklerini henüz kazanmamış kişiler oldukları göz ardı edilmemelidir. Yaşar ve Sundu (2017), tüketicilerin düşünme tarzı ve karar verme tarzı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma kapsamında İstanbul ili Bakırköy ilçesinde bir alışveriş merkezinden 278 kişiye ait veri toplanmıştır. Ulaşılan sonuçlara göre tüketicilerin karar verme tarzları ile düşünme tarzları arasında bir ilişki vardır. Tüketicilerin düşünme tarzı; demografik değişkenler, cinsiyet, gelir duruma göre anlamlı farklılıklar göstermektedir. Buna karşın tüketicilerin düşünme tarzı, eğitim durumuna ve yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Çalışmamızın sonuçlarına göre, tüketicilerin satın alma tarzları tercih edilen spor giyim markasına göre farklılık göstermektedir. Bu da tüketiciler için markanın ne denli önemli bir konumda olduğunu destekleyen bir sonuçtur. Çalışmayla birlikte marka bağlılığı,

satın alma tercihleri, mükemmeliyetçilik, moda odaklılık, alışveriş yapmaya yönelik tutum, marka bilinci ve kalite odaklılık satın alma tarzları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu yönünde sonuçlara ulaşılmıştır. Ceylan (2013), tüketici tiplerinin araştırdığı çalışmada mükemmeliyetçilik, kalite odaklılık, yenilikçilik, çeşit karmaşası, eğlence odaklılık, marka bağlılığı boyutlarını araştırmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre tüketici satın alma tarzının boyutları, satın alma sürecinde nasıl karar verildiğinin belirlenmesine doğrudan katkıda bulunduğunu belirtmiştir. Dursun, Alnıaçık ve Kabadayı (2013) tüketici satın alma tarzını araştırdıkları çalışma sonuçlarına göre, tüketici satın alma tarzları, kültürel farklılıkların etkisi altında olduğunu belirtmiştir. Bu sonuç, çalışmamızda ulaşılan sonuçlar ile paralellik göstermektedir. Ünal ve Erciş (2007), genç pazarın satın alma tarzlarını ele aldıkları çalışmada marka bilinci, çeşit karmaşası, son moda odaklılık, alışkın olmak, mükemmeliyetçilik ve fiyat bilincine göre karar verdiklerini gösteren sonuçlar elde etmişlerdir. Tunçkan (2012) tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen faktörleri araştırmıştır. Araştırmacının elde ettiği sonuçlar, ürünlerin özellikleri ve ürünlerin sunduğu faydaların tüketici davranışını etkilediğini göstermektedir. Özgüven (2010), Küresel markaların marka değerini ele aldığı araştırmada pazarlama alanında yaşanan gelişmelerin marka değerini önemli bir hale





UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

getirdiğini belirtmiştir. Göksu (2010), spor ürünlerinde marka sadakatini incelediği araştırmada markanın bilinirliğinin tüketici satın alma davranışını etkilediği yönünde sonuçlar elde edilmiştir. Cömert ve Durmaz (2006), tüketicilerin satın alma davranışları ile tüketici tatmini arasındaki ilişkiyi Adıyaman'daki 1000 tüketicinin katılımıyla araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre tüketiciler satın alacakları ürünün kendi yaş gruplarına uygunluğunu, markanın itibarını ve imajını, ürün fiyatını önemsemektedir. Tüketici satın alma tarzına dair bu sonuçlar, iki çalışma arasındaki benzerlikler arasında yer almaktadır. Dölekoğlu ve Çelik (2018), tüketicilerin satın alma davranışını Y kuşağı tüketiciler özelinde incelemiştir. Dünya ve Türkiye nüfusunun büyük bir kısmı Y kuşağı bireylerden oluştuğu için böyle bir araştırma tercih edilmiştir. Türkiye'de Adana ilinde yaşayan 300 kişinin katılımıyla gerçekleşen araştırmada, tüketim alışkanlıklarının ortaya koyulması hedeflenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, her bir kuşağın kendisine özgü tüketim alışkanlıkları olduğu için tüketici davranışlarının da farklı olmasının kaçınılmaz olduğu belirtilmiştir.

Razvan ve Catalin (2018), sporda marka hakkındaki araştırmasında spor markalarında logonun önemini vurgulamıştır. Araştırmada spor sektöründe iyi bir konuma gelebilmek için markalaşmanın gerekli olduğu ifade edilmiştir. Spor markası, marka kişiliği, marka

kimliği ve marka bağlılığı gibi kavramlarla yakından ilişki olarak tespit edilmiştir. Aktepe ve Baş (2008) yaptıkları çalışmaları sonucunda, bir firmanın marka farkındalığı yükseğe hatta akla gelen ilk marka olma özelliği varsa, o markaya olan sadakat artmakta ve firmanın pazardaki konumu rakiplerine göre çok daha avantajlı olduğunu tespit etmişlerdir.

Jankovic ve Stojanovic (2019), günümüz spor organizasyonları için markalaşmanın önemini incelediği çalışmada spor pazarlamasının markalaşmanın başarısını belirleyen bir konumda olduğunu gösteren sonuçlar elde etmiştir. Araştırmada spor markasının kalitenin göstergesi olduğu, tüketicilerde güven meydana getirmesi açısından önemli konumda bulunduğu sonucuna ulaşmıştır.

Çalışmamız bulgularında, “genellikle yeni ürünü deneyen ilk kişi olurum.” İfadesi en düşük ortalamaya sahiptir. “Benim için iyi kaliteli ürün almak çok önemlidir.” İfadesi en yüksek ortalamaya sahiptir. Bu bulgu sonucunda öğrenciler için en önemli unsurun kalite olduğu görülmüştür. Örneklem grubumuzdaki öğrencilerin, üniversite öğrencileri olarak ekonomik açıdan ailelerine bağımlı oldukları düşünüldüğünde, “yeni ürünü ilk deneyen kişi olurum” ifadesinin düşük ortalamaya sahip olmasını açıklayabilir. Yaşar ve Sundu (2017), tüketicilerin düşünme tarzı ve karar verme tarzı arasındaki ilişkiyi ince-



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

lemiştir. Araştırma kapsamında İstanbul ili Bakırköy ilçesinde bir alışveriş merkezin- den 278 kişiye ait veri toplanmıştır. Ulaşı- lan sonuçlara göre tüketicilerin karar verme tarzları ile düşünme tarzları arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Küresel markalar, tüketicilerin istek ve beklentileri- nin yanı sıra ülkeden ülkeye göre değişiklik gösteren kültürel unsurları gözetmek duru- mundadır. Buna göre küresel markalar, yerel ölçekteki değerlerin bilincinde olarak marka ile ilgili kararlarını vermelidir. Spor giyim markalarının tüketici davranışlarıyla ilişkisi için de yerel ölçekteki değerlerin gözetilmesi gerekliliği söz konusudur.

Küresel markalar, tüketicilerin istek ve bek- lentilerinin yanı sıra ülkeden ülkeye göre de- ğişiklik gösteren kültürel unsurları gözetmek durumundadır. Buna göre küresel markalar, yerel ölçekteki değerlerin bilincinde olarak marka ile ilgili kararlarını vermelidir. Spor giyim markalarının tüketici davranışlarıyla ilişkisi için de yerel ölçekteki değerlerin gö- zetilmesi gerekliliği söz konusudur.

## SONUÇ

Sonuç olarak, örneklem grubumuzdaki spor tüketicilerinin en bilindik ve pazarda en bü- yük paya sahip olan küresel markaları önce- likli olarak tercih ettikleri, satın alma tarzla- rının tercih edilen spor giyim markasına, yaş, okunan bölüm ve gelir düzeyine göre değişik-

lik göstermediği, marka bağlılığı, satın alma tercihleri, mükemmeliyetçilik, moda odaklı- lık, alışveriş yapmaya yönelik tutum, marka bilinci ve kalite odaklılık ile satın alma tarz- ları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Cinsiyet değişkenine göre satın alma tercihleri, moda odaklılık ve mar- ka bilinci boyutları için farklılık görülürken, marka bağlılığı, mükemmeliyetçilik, alışve- riş yapmaya yönelik tutum ve kalite odaklı- lık boyutları için farklılık ortaya çıkmamıştır. Satın alma tarzlarının spor markası tercihinine göre farklılık göstermediği, marka bağlılığı, satın alma tercihleri, mükemmeliyetçilik, moda odaklılık, alışveriş yapmaya yönelik tutum, marka bilinci ve kalite odaklılık ile satın alma tarzları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın sınırlı bir öğrenci grubunu kapsamaması dolayı- sı ile üniversite öğrencilerinin tamamına ve tüm spor tüketicilerine genelleştirilmesi açı- sından sınırlıdır.

## ÖNERİLER

Yaptığımız çalışma sonucunda ulaştığımız sonuçlar göz önüne alındığında aşağıdaki öneriler sunulmuştur. Farklı öğrenci grupla- rıyla çalışılarak aynı yaş grubu öğrencilerin konu hakkında genel bir profili çıkartılabilir. Spor tüketicilerinin hangi tarzda satın alma gerçekleştirdiklerini belirlemek açısından araştırmacılara ve gelecek çalışmalara ışık tutacağı ön görülmektedir. Spor giyim mar-



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

kaları için satış oranlarını arttırabilmeleri, sektörde kalıcı olabilmeleri ve rekabet edebilmeleri için satın alma eylemine etki eden her tür toplumsal ve bireysel etkiyi bilmesi ve bunun sonucunda satış stratejileri geliştirmeleri önerilmektedir. Daha sonra yapılacak olan benzer çalışmalarda, özellikler öğrencilerin ekonomik özgürlüklerini kazandıktan sonra aynı şekilde uygulanması ve önceki sonuçlarla karşılaştırma yapılabilmesi açısından önem teşkil etmektedir. Benzer bir çalışmanın, diğer fakültelerde öğrenim gören üniversite öğrencilerine de uygulanarak çıkan sonuçların karşılaştırılması, farklı alanlardaki öğrencilerin satın alma tarzlarının mukayese edilmesi açısından önem teşkil etmektedir. Kar amacı güden spor işletmelerin devamlılıklarını sürdürebilmeleri çevrelerine uyum sağlayabilmelerine ve çevrelerindeki değişiklikleri tahmin edebilmelerine bağlı olduğu kadar, tüketici davranışlarının ve tüketici davranışlarına etki eden faktörlerin iyi analiz edilmesi önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

**AKALAN, G., GÖKTAŞ, B., TARAKÇI, İ.E., (2019).** Markalaşma çalışmaları: Türkiye’de kahve zinciri olan bir kobinin incelenmesi. İşletme Araştırmaları Dergisi, 11(2):787-805

**AKTEPE, C., BAŞ, M., (2008).** Marka bilgisi sürecinde marka farkındalığı ve algılanan kalite (beklenti) ilişkisi ve gsm sektörüne

yönelik bir analiz. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10 (1):81–96

**BEDBURY, S., FENICHELL, S., (2002).** A new brand world: 8 principles for achieving brand leadership in the 21st century, Viking: New York.ss:86

**BEKAR, A., GÖVCE, A.M., (2015).** Tüketicilerin gıda satın alma davranışları ile yaşam tarzı ilişkisi. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(36):946-957

**BİKARİ, S., (2013).** Üniversite öğrencilerinin satın alma tarzları ile sanal mağazalara yönelik tutumları arasındaki ilişkiler üzerine bir araştırma, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Erzurum. ss:54-73

**CEYLAN, H.H., (2013).** Tüketici tipleri envanterinin Türk kültürüne uyarlanması. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22(2):41-58

**CÖMERT, Y., DURMAZ, Y., (2006).** Tüketicinin tatmini ile satın alma davranışlarını etkileyen faktörlere bütünlük yaklaşım ve Adıyaman ilinde bir alan çalışması. Yaşar Üniversitesi Dergisi, 1(4):351-375

**DURMAZ, Y., BAHAR ORUÇ, R., (2011).** Tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde sosyolojik faktörlerin etkisinin incelenmesi yönelik bir çalışma. Elektronik



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

Sosyal Bilimler Dergisi, 10(37): 60-77

Sport Mont, 1, 75-78

**DURŞUN, İ., ALNİAÇIK, Ü., KABADAYI, E.T., (2013).** Tüketici karar verme tarzları ölçeği: yapısı ve boyutları. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 9(19):293-304

**KILIÇ, A., ALTAY, Ş., (2018).** Marka ve marka kişiliği algısı: bir üniversite örneği. İşletme Araştırmaları Dergisi, 10(3):670-692.

**DÖLEKOĞLU, C.Ö., ÇELİK, O., (2018).** Y kuşağı tüketicilerin gıda satın alma davranışı. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi, 21:55-66

**KOÇAK, A., ABİMBOLA, T., ÖZER, A., (2007).** Kültürlerarası çoğaltmada tüketici marka denkliği: bir ölçeğin değerlendirilmesi, Pazarlama Yönetimi Dergisi, 23(1-2):157-173

**EKMEKÇİ, R., EKMEKÇİ, Y.A., (2009).** Spor pazarlaması. Pamukkale Journal of Sport Sciences, 1(1):27

**ÖZDAMAR, K., (2002).** Paket programlar ile istatistiksel veri analizi, Kaan Kitabevi, Eskişehir. ss.25-35

**ERDEM, K., (2016).** Tüketicilerin demografik özellikleri ile satın alma tarzları arasındaki ilişki. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın. ss.38-43

**ÖZGÜVEN, N., (2010).** Marka değeri: global markaların değerlendirilmesi. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2(1):141-148

**GÖKSU, F., (2010).** A Research about the brand loyalty in sport products, Istanbul University Faculty of Communication Journal, 1(39):43-58

**RAZVAN, B.M., CATALİN, P.M., (2018).** Branding in sport. University of Targu Jiu Economy Series, 5, 35-41

**HACIOĞLU DENİZ, M., (2011).** Markalı ürün tercihlerinin satın alma davranışları üzerindeki etkisi. Sosyal Siyaset Konferansları, 61, 243-268

**SAVAŞ, B., GÜNAY, G., (2016).** Tüketici-tüketici etkileşiminin tüketicilerin satın alma sonrası memnuniyet düzeyleri üzerine etkisi. Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 51(2): 47-78

**JANKOVIĆ, M., STOJANOVIĆ, A.J., (2017).** Challenges of sports branding.

**TORUN, E., (2017).** Tüketici satın alma davranışları üzerinde internet ve sosyal medyanın yeri ve önemi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 16(62):955-970



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

**TUNÇKAN, E., (2012).** Tüketim ve endüstri piyasaları ile bu piyasalardaki satın alma davranışlarını etkileyen yaklaşım modelleri. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 1(4):141-159

**ÜNAL, H., (2019).** Spor giyim markası tüketicilerinin kurumsal sosyal sorumluluk algısının marka denkliği unsurları üzerine etkisinin araştırılması, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 12(63):1342-1350

**ÜNAL, S., ERCİŞ, A., (2007).** Genç pazarın satın alma tarzlarının belirlenmesi üzeri-

ne bir araştırma. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 21(1):321-336

**VİLLAREJO-RAMOS, Á.F., MARTÍN-VELICIA, F.A., (2007).** A proposed model for measuring the brand equity in sports organizations. Esic Market, 123, 63-83

**YAŞAR, O., SUNDU, M., (2017).** Tüketici karar verme stili ile düşünme stili ilişkisi. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 16, 183-194



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

## EXTENDED ABSTRACT

**Introduction:** Today, the consumers have many alternatives about the products they think to purchase. Brands are one of the important elements which effect on the consumers' preferences. The study group consists of 550 students from sports sciences faculty students. The consumer is the person who makes demands and seeks to meet their needs in line with these demands (Savaş ve Günay, 2016: 50). As a concept that marketers are closely interested in, consumer purchasing behavior is the subject of research in different social sciences fields. The development and processes until the consumers make a purchasing decision form the basis of consumer purchasing behavior (Hacıoğlu Deniz, 2011: 246). Consumer buying behavior; It is shaped under the influence of demographic factors, cultural factors, psychological factors, social factors and economic factors (Cömert and Durmaz, 2006: 352). Consumer purchasing style has been defined as “the emotional and intellectual oriented structure that is effective before, during and after the purchase of the consumer” (Ünal and Erciş, 2007: 323). Consumer buying styles are considered in eight dimensions. These dimensions are listed as follows (Dursun, Alnıaçık and Kabadayı, 2013: 295). These; perfectionism, brand orientation, innovation, fun / pleasure orientation, price orientation, carelessness, diversity confusion, brand loyalty. Another subject focused on the study is the concept of global sports brand. Today, the brand is an extremely important issue for businesses, marketing discipline and parties interested in marketing. It is an important phenomenon that identifies the product and service (Durmaz and Ertürk, 2018: 82). For the sports market, which is a highly competitive market, it is necessary to apply a very careful marketing strategy. Understanding consumers and revealing sports products that can meet their needs and desires form the basis of this strategy (Ünal, 2019: 1343). As in other sectors, intense competition is mentioned in the sports sector. For this reason, brands should carry out planned and intensive studies in order to become the choice of consumers. In the sports sector, brands have to offer new products to the taste of consumers on the one hand, and also have to improve the products that have already been offered (Göksu, 2010: 51). the study covers a limited group of students, it is limited in terms of generalization to all university students and all sports consumers. **Aim:** This research is a cross sectional study which is designed to examine the factors that effect on the consumers' purchasing behaviors of global sportswear brands. **Method:** In our study, we tried to determine the factors under which sports consumers prefer sportswear brand products. In this context, explaining the factors under which consumers make a purchasing decision has an important place in terms of revealing the criteria that



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 01 – LOG: 02

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

are determinant on consumer purchasing behavior. The scale was distributed to 600 students from Muğla Sıtkı Koçman University Sports Sciences Faculty Sports Management, Coaching, Physical Education and Sports Teaching and Recreation departments by the researcher individually, 550 valid questionnaires (210 women, 340 men) were evaluated. Socio-Demographic Characteristics Form and a 5-point Likert-type Consumer Buying Behavior Scale consisting of 7 sub-dimensions developed by Sproles and Kendall (1986) and adapted to Turkey by Bikari (2013) were applied to the study group by the researcher. SPSS (Statistical Package for Social Sciences) package program was used for the analysis of the data. The data obtained in the study were analyzed using the SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 25.0 program. Number, percentage, mean, standard deviation were used as descriptive statistical methods in the evaluation of the data. Therefore, the t-test was used to compare quantitative continuous data between two independent groups, and the One-way Anova test was used to compare quantitative continuous data between more than two independent groups. Scheffe test was used as hoc analysis, Pearson correlation analysis was applied among the continuous variables of the study. **Findings and Results:** The students prefer the most popular global brands which have the largest share in the market. The results also showed that the age, class and income do not affect the preferences. It has been found that there is a positive relationship between brand loyalty, purchasing preferences, perfectionism, fashion orientation, shopping attitude, brand awareness and quality orientation and purchasing styles. It has also found that according to the gender variable there is meaningful difference about the purchasing preferences, fashion orientation and brand awareness dimensions but there is not a meaningful difference for brand loyalty, perfectionism, attitude towards shopping and quality orientation. According to the results, It has been determined that purchasing styles do not differ according to sports brand preferences, there is a positive relationship between brand loyalty, purchasing preferences, perfectionism, fashion oriented, shopping attitude, brand awareness and quality orientation and purchasing styles.

## SERBEST ZAMAN AKTİVİTELERİNE GÖRE KADIN VOLEYBOLCULARIN İLETİŞİM DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ <sup>(1)</sup>

### REVIEW OF THE COMMUNICATION LEVELS OF WOMEN VOLLEYBALL PLAYERS ACCORDING TO FREE TIME ACTIVITIES

Özlem EKİZOĞLU<sup>1</sup>, Mehmet ACET<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, İstanbul / Türkiye*

<sup>2</sup>*Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Kütahya / Türkiye*

ORCID ID: 0000-0002-5705-7134<sup>1</sup>, 0000-0003-3601-1601<sup>2</sup>

**Öz:** **Amaç:** Bu çalışmada, kadın voleybolcuların serbest zaman etkinliklerine göre iletişim düzeylerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca, katılımcıların yaşlarına, eğitimlerine, spor yapma yıllarına ve kardeş sayılarına göre iletişim düzeyleri de incelenmiştir. **Yöntem:** 2019 yılında Kütahya ve Tekirdağ ilindeki voleybol kulüplerinde voleybol oynayan 147 kadın voleybolcu, örneklem grubumuzu oluşturmaktadır. Araştırmada betimsel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Korkut (1996) tarafından geliştirilen "İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği" (İBDÖ) kullanılarak veriler gönüllü katılımcılardan toplanmıştır. Ölçek, tek alt boyutlu olup 25 madden oluşmakta ve Cronbach Alfa değeri .86 bulunmuştur. Dağılım normalliği parametrik testlere yönlendirilerek, çoklu frekans analizi, tek yönlü varyans ve korelasyon analizleri uygulanmıştır. **Bulgular:** Voleybolcu kadın sporcuların yaş, eğitim ve kardeş sayısı ile iletişim becerileri arasında anlamlı farklılık yok iken spor yapma yılı ve serbest zaman aktivitelerine göre anlamlı farklılık görülmektedir. 4-9 yıldır spor yapan kadın voleybolcuların, iletişim düzeyi 10 yıl ve üzeri spor yapanlardan daha yüksektir. Ayrıca en yüksek puanı serbest zamanlarında kitap okuyanlar, en düşük puanı ise sinemaya gidenler almıştır. Yapılan korelasyon analizinde, voleybolcuların iletişim düzeylerinin, kitap okumayla zayıf yönde pozitif bir ilişki, sinemaya gitme puanları ile zayıf yönde negatif bir ilişki vardır. **Sonuç:** Çalışmaya katılan 147 kadın voleybolcunun veri sonuçlarına göre serbest zaman aktivitelerinde kitap okuyan kadın voleybolcu katılımcıların iletişim beceri puanları diğerlerinden daha yüksek görülmüştür. En düşük iletişim beceri puanını alanlar ise serbest zamanlarında sinemaya gidenler olmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Serbest Zaman, İletişim, Kadın Voleybolcular, Voleybol

**Abstract:** **Aim:** In this study, it was aimed to examine the communication levels of female volleyball players according to their leisure time activities. In addition, the communication levels of the participants according to their age, education, years of doing sports and the number of siblings were also examined. **Method:** Our sample group consists of 147 female volleyball players who played volleyball in volleyball clubs in Kütahya and Tekirdağ provinces in 2019. Descriptive research method was used in the research. Data were collected from volunteer participants by using the "Communication Skills Assessment Scale" (CIDI) developed by Korkut (1996). The scale has a single sub-dimension and consists of 25 items and the Cronbach Alpha value was found to be .86. By directing distribution normality to parametric tests, multiple frequency analysis, one-way variance and correlation analyzes were applied. **Results:** While there is no significant difference between age, education, number of siblings and communication skills of female volleyball players, there is a significant difference according to the year of doing sports and leisure time activities. The communication level of female volleyball players who have been playing sports for 4-9 years is higher than those who have been doing sports for 10 years or more. In addition, those who read books in their free time got the highest score, and those who went to the movies got the lowest score. In the correlation analysis, there is a weak positive relationship between the communication levels of volleyball players with reading books, and a weak negative relationship with the scores of going to the movies. **Conclusion:** According to the data results of 147 female volleyball players participating in the study, the communication skill scores of female volleyball players reading books in leisure activities were higher than the others.

**Keywords:** Leisure Time Activities, Communication, Female Volleyball Players, Volleyball

Doi: 10.17368/uhbab.2021.24.03

- (1) *Sorumlu Yazar, Corresponding Author: Özlem EKİZOĞLU "Dr. Öğr. Üye., Assist. Prof.", İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, İstanbul / Türkiye, ozlemekizoglu@esenyurt.edu.tr, Geliş Tarihi / Received: 17.06.2021, Kabul Tarihi / Accepted: 03.11.2021, Makalenin Türü: Type of Article: (Araştırma – Uygulama; Research - Application) Çıkar Çatışması, Yok – Conflict of Interest, None, Etik Kurul Raporu veya Kurum İzin Bilgisi- Ethical Board Report or Institutional Approval, Yok / None*





UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 08 – LOG: 05

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

## GİRİŞ

İnsanlar yaratılış gereği hareket etmeye, sosyal yaşamın gereği olarak da iletişime endeksli canlılardır. Dünya genelinde artan nüfusun, sosyalleşme alanlarını kısıtlaması, teknolojik ilerlemeler ve ebeveynlerin olumsuz algılara sahip olması gibi etkenler gençlerin hareketsiz, içine kapanık ve anti- sosyal olarak yetişmelerine sebep olmaktadır (Ekinci, Acet ve Özdilek, 2015: 518). Bu durum teknolojinin gelişmesiyle, sanal iletişim araçlarının iletişim faktörünü tamamen elinde tutmasına yardımcı olmaktadır. İş veya eğitim yoğunluğu, ulaşım ve zamanı iyi kullanamama gibi durumlar tüm iletişimi sanal ortamlarla itmektedir. İletişim; sözlü, yazılı, dijital, görsel, jestler ve mimikler şekliyle fark etmeksizin yakınlık kurmak, başkaları tarafından anlaşılacak ve başkalarını anlamak için kurulur (Rubin, Palmgreen ve Sypher, 2020: 3). Kısacası iletişim, karşı tarafa anlatmak istediklerimizi anlatma, duygu, düşünce ve öğretilerimizi aktarma yeteneğimizdir.

Teknoloji, insanların hayatını kolaylaştıran, insanların hızla gelişmesini ve ilerlemesini sağlayan önemli bir etkidir. Teknolojik gelişmeler her geçen gün artmakta ve iletişimin farklı versiyonları hayatımıza girmektedir. Durum böyle olunca görüntülü aramalar, hızlı mesajlar, bildirimler ve sosyal medya bağlantıları kişilerarası iletişim yöntemi olmakta; eğitim ve iş toplantıları bile internet aracılı-

ğıyla kurulan bağlantılarla gerçekleşmektedir. Teknoloji, insanlara birçok kolaylıklar sağlıyor gibi gözükse de hareketsiz bir yaşam ve doğal yollarla yapılmayan sosyalleşme insanın doğasına terstir.

Hareketsiz bir yaşam, can sıkıntısı, yakınlık ve yüz yüze iletişim kuramama insanlar üzerinde olumsuz duyguların varlığına, düşük motivasyona ve olumsuz fizyolojik uyarılmalara neden olmaktadır. Bu duygular, onay görmeyen davranışların başlangıcı sayılabilir. Kötü alışkanlıklar, bağımlılıklar ve psikososyal sorunlar bunların bir kaçıdır (Biolcati, Mancini ve Trombini, 2018: 303-323). Fakat sadece gençlerin değil tüm yaş grubunun, canlı ve etkin bir yaşama ihtiyacı vardır. Dolu zaman dilimleri haricinde, bireylerin ihtiyacı olan eylemlerde bulunması oldukça önemlidir. Çünkü zaman dilimini dengeli ve iyi kullanabilmek, yaşamın tüm alanlarında başarı getirecektir (Karaküçük, 2014: 14). Tanımı farklı şekillerde yapılsa da bireyin zorunlu görevleri dışında kalan, kendi verdiği karar doğrultusunda yenilenme, keyif ve doyum için yaptığı tüm etkinlikler serbest zaman etkinliği kapsamına girmektedir (Özdemir, 2018: 222). Dinlenme, eğlenme, yenilenme ve gelişim başlıkları altında yapılabilen bu etkinlikler, kişinin sosyal faktörlerine, kültür yapısına, ekonomik gelirine göre de değişiklik göstermektedir (Gümüştül, 2016: 72-77). Çoğu insan serbest zamanlarını, kitap okuya-



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 08 – LOG: 05

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

rak, sinemaya giderek, tarihi yerler görerek, eğlence mekanlarına giderek rahatlamaya çalışırlar. Yapılan aktiviteler kişiye ve zevklerine bağlı olarak da değişir ancak nasıl ve ne şekilde yapıldığından ziyade önemli olan etkinliğin temel taşıdır yani mutlu olmak ve zevk almaktır. Birçok insan serbest zamanlarında, spor yaparak rahatlatma ve zinde olma yolunu seçmektedir. Spor, fizyolojik güzelliğin ve biyolojik ihtiyacın yanı sıra psikolojik olarak insan yaşamını olumlu yönde etkilemektedir. Aynı zamanda karakter gelişimi sağlayarak bilgi, beceri ve yetenek kazandırmakta, sosyal çevreye uyumu kolaylaştırmaktadır (Çiriş, vd., 2017: 445). Sporcuların, antrenmanlarda, oyunlarda veya oyun sonrasında takım arkadaşlarıyla, antrenörleriyle ve seyircileriyle kurduğu durmaksızın iletişim yöntemleri vardır. Özellikle takım sporlarında başarılı olabilmek için takım içi iletişimin üst düzeyde olması gerekmektedir (Hacıcaferoğlu, vd., 2015: 89). Çünkü iletişim, insan yaşamında hayati öneme sahip sosyal becerilerden biridir (Aghdasi, 2014: 135).

Kadınlar, dinsel ve kültürel sebeplerden dolayı spordan uzak tutulmak istenmiş, uzun yıllar sonra dünyanın her yerinde büyük başarılar imza atarak kendilerine sporda yer bulmayı başarmışlardır. Kadın sporcuların iletişim düzeylerinin serbest zaman etkinliklerine göre incelemeyi amaç edinen bu çalışma aynı zamanda serbest zaman etkinliklerinin iletişime

etkisini de ortaya koymaya çalışmaktadır.

## AMAÇ ve KAPSAM

Spor yapan kadın voleybolcuların, spor dışında serbest zamanlarında yaptıkları aktivitelere göre iletişim düzeylerini incelemek ve serbest zamanlarında yaptıkları aktivitelerinin, iletişim düzeylerinde yarattığı farklılıkları ortaya koymaktır. Bu araştırma, Kütahya ve Tekirdağ ilindeki voleybol kulüplerinde oynayan kadın sporcuların iletişim becerilerinin ele alındığı betimsel bir araştırmadır.

Bu araştırmanın evrenini, Kütahya ve Tekirdağ ilinde voleybol kulüplerinde oynayan kadın voleybolcular oluşturmaktadır. 2019 yılında Kütahya ve Tekirdağ ilinde voleybol kulüplerinde oynayan 147 kadın voleybolcu da örneklem grubumuzu oluşturmaktadır.

## VARSAYIM

Araştırmaya katılan katılımcıların anket sorularını anlayarak, doğru ve kendi düşünceleriyle yanıtladıkları, çalışmada kullanılan yöntem ve tekniklerin araştırmaya uygun olduğu, geçerli ve güvenilir yöntemlerle değerlendirildiği varsayılmaktadır.

## HİPOTEZLER

- Kadın voleybolcuların yaş değişkenine göre iletişim becerileri arasında anlamlı farklılık vardır.
- Kadın voleybolcuların eğitim değişkenine



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 08 – LOG: 05

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

göre iletişim becerileri arasında anlamlı farklılık vardır.

- Kadın voleybolcuların serbest zaman aktivitelerine göre iletişim becerileri arasında anlamlı farklılık vardır.
- Kadın voleybolcuların serbest zamanını değerlendirme tarzlarının, iletişim becerileri ile ilişkisi vardır.

#### ARAŞTIRMA KISITLARI

- 2019 yılında Tekirdağ ve Kütahya ilindeki voleybol kulüplerinde oynayan ve çalışmamıza katılan 147 kadın futbolcularla sınırlandırılmıştır.

#### ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

**Veri Toplama Araçları:** Katılımcıların kişisel bilgilerinin toplanmasında yaşları, eğitimleri, spor yapma yılları ve serbest zaman etkinlik tercihleri sorulmuştur. Araştırmada veri toplamak amacıyla kullanılan “İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği” (İBDÖ) geçerliliği ve güvenilirliği Korkut (1996) tarafından yapılan, tek boyutlu ve 25 maddeden oluşan bir ölçektir. Tersine maddelerin olmadığı ölçek, “her zaman (5), sıklıkla (4), bazen (3), nadiren (2) ve hiçbir zaman (1)” olmak üzere 5’li likert tipi şeklindedir ve Cronbach Alfa değeri .86 olarak bulunmuştur.

#### VERİLERİN ANALİZİ

Veri analizine başlamadan serbest bırakılan

veya eksik doldurulan formlar veri setine dahil edilmemiştir. Örneklem sayısı  $N > 100$  olduğu durumlarda Z puanları -4 ile +4 sınırları dışında kalanlar uç değer olarak hesaplanır ve analize dahil edilmez (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012). Analizi bozan uç değerler analizden çıkarılmış ve dağılım normalliği incelenmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklerden elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarılıp, SPSS 21.0 paket programından yararlanılarak istatistiksel analizler yapılmıştır. Araştırmada, verilerin dağılımları, skewness (çarpıklık), kurtosis (basıklık) ve kolmogorov-smirnov değerlerine bakılarak incelenmiştir. Skewness ve Kurtosis değer aralıkları +2 ve -2 aralığında olması dağılım normalliğini göstermektedir (George ve Malley, 2019: 208). Verilerin skewness değeri=-,44, kurtosis değeri=-,86 ve kolmogorov-smirnov değeri=,05 olduğundan dağılım normal görülmektedir. Dağılım normalliği gösterdiğinden çalışmamızda parametrik testlerden Çoklu Frekans Analizi, Tek Yönlü Varyans Analizi ve Çoklu Korelasyon Analizi uygulanmıştır.

#### BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde, katılımcılara ait kişisel bilgilerin yüzdelerle frekansları, “İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği” inden elde ettikleri toplam puanların, katılımcıların yaşlarına, eğitimlerine, spor yapma yıllarına, kardeş sayısına ve serbest zaman



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 08 – LOG: 05

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

etkinlik tercihine göre iletişim düzeylerinde-  
ki farklılıkları ve iletişim düzeyinin serbest

zaman etkinliklerine göre ilişkisini gösteren  
analiz sonuçları yer almaktadır.

**Tablo 1. Katılımcıları Kişisel Bilgilerinin Yüzdeler Frekansları**

Demografik Özellikler	f	%
Yaş	17 yaş ve altı	55,1
	18-23 yaş	34
	24-29 yaş	9,5
	30 ve üzeri	1,4
	Toplam	147
Eğitim	İlk ve Ortaokul	17
	Lise	49,7
	Lisans ve Lisansüstü	33,3
	Toplam	147
Spor Yapma Yılı	1-3 yıl	31,3
	4-9 yıl	44,9
	10 yıl ve üzeri	23,8
	Toplam	147
Kardeş Sayısı	Tek Çocuk	57,8
	2-3 Kardeş	34
	4 ve üzeri	8,2
	Toplam	147
Serbest Zaman Et-kinliği	Kitap okuma	33,3
	Sinemaya gitme	17
	Tarihi yerler görme	3,4
	Eğlence mekanlarına gitme	23,8
	Diğer	22,4
	Toplam	147

Tablo 1’de katılımcılarının kişisel bilgilerinin yüzdeler frekansları verilmiştir. Araştırmaya

katılan katılımcılar en fazla, 12-17 yaş grubu (N=81), eğitim seviyeleri lise olan (N=73),



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 08 – LOG: 05

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

4-9 yıldır spor yapan (N=66) ve serbest zamanlarında kitap okumayı tercih edenlerden (N=49) oluşmaktadır.

**Tablo 2. Katılımcıların Çeşitli Değişkenlere Göre İletişim Düzeyindeki Farklılık**

Bağımlı Değişken: İletişim		N	X	Ss	ANOVA	df	F	p
Yaş	17 yaş ve altı	81	4,33	,46	Gruplar arası	2	,26	,85
	18-23 yaş	50	4,32	,52	Grup içi	144		
	24-29 yaş	14	4,41	,50	Toplam	146		
	30 yaş ve üzeri	2	4,54	,54				
	Toplam	147	4,34	,48				
Eğitim	İlk ve Ortaokul	25	4,31	,47	Gruplar arası	2	1,05	,35
	Lise	73	4,39	,46	Grup içi	144		
	Lisans ve Lisansüstü	49	4,27	,52	Toplam	146		
	Toplam	147	4,34	,48				
Spor Yapma Yılı	1-3 yıl	46	4,30	,40	Gruplar arası	2	3,43	,03
	4-9 yıl	66	4,44	,48	Grup içi	144		
	10 yıl ve üzeri	35	4,19	,56	Toplam	146		
	Toplam	147	4,34	,48				
Kardeş Sayısı	Tek Çocuk	85	4,34	,47	Gruplar arası	2	,14	,86
	2-3 kardeş	50	4,34	,49	Grup içi	144		
	4 ve üzeri	12	4,26	,54	Toplam	146		
	Toplam	147	4,33	,48				
Serbest Zaman Etkinliği	Kitap okuma	49	4,50	,42	Gruplar arası	4	4,02	,00
	Sinemaya gitme	25	4,04	,50	Grup içi	142		
	Tarihi yerler görme	5	4,35	,38	Toplam	146		
	Eğlence mekanlarına gitme	35	4,35	,47				
	Diğer	33	4,31	,51				
	Toplam	147	4,34	,48				



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 08 – LOG: 05

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

Tablo’2 de kadın voleybolcuların yaş, eğitim, spor yapma yılı, kardeş sayısı ve serbest zaman etkinlikleri bağımsız değişkenleri ile iletişim düzeyi arasındaki farklılığı incelemek için One Way ANOVA analizi yapılmıştır. Varyans tablolarında varyanslar homojen bulunmuştur. Varyanslar homojen ve örneklem eşit olmadığından Pos Hoc testinden LSD tercih edilmiştir.

Analiz sonucunda kadın sporcuların yaş, eğitim ve kardeş sayısı ile iletişim düzeyleri arasında anlamlı farklılık yoktur ( $p>,05$ ). Fakat spor yapma yılı ile iletişim düzeyi arasında anlamlı farklılık görülmektedir  $F(2-144)=3,43$ ;  $p=,03$ . Post Hoc testi sonucunda

göre çıkan farklılık 4-9 yıl spor yapanlar ile 10 yıl ve üzeri spor yapan katılımcıların iletişim düzeyindeki farklılıktan kaynaklanmaktadır. 4-9 yıldır spor yapan kadın voleybolcuların iletişim düzeyi, 10 yıl ve üzeri spor yapanlardan daha yüksektir (4,44).

Ayrıca serbest zaman etkinliği ile iletişim düzeyi ile arasında anlamlı farklılık görülmektedir ( $p<,05$ ),  $F(4-142)=4,02$ ;  $p=,00$ . Post Hoc testi sonucunda göre farklılık, serbest zamanlarında kitap okuyanlar ile sinemaya gidenlerin iletişim düzeyleri arasındadır. Serbest zamanlarında kitap okuyanların iletişim düzeyi, serbest zamanlarında sinemaya gidenlerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (4,50).

**Tablo 3. Katılımcıların Serbest Zamanını Değerlendirme Tarzları ile İletişim Düzeylerinin İlişkisi**

	Kitap Okuma	Sinemaya Gitme	Tarihi Mekanları Gezme	Eğlence Mekanlarına Gitme	Diğer
İletişim	r ,23**	-,28**	,01	,02	-,03
	p ,00	,00	,95	,83	,69
	N 147	147	147	147	147

\*\*0,05

Kadın voleybolcuların serbest zamanlarını değerlendirme tarzlarının iletişim ile ilişkisini ölçebilmek için yapılan korelasyon analizine göre kitap okuma ve iletişim düzeyleri arasında zayıf yönde pozitif bir ilişki olduğu görüldü ( $r=,23$ ,  $p=,00$ ). Voleybolcuların kitap okuma puanları arttıkça iletişim düzeylerinin

de arttığı, kitap okuma puanları azaldıkça iletişim puanları da azalmaktadır. Aynı zamanda serbest zamanlarında sinemaya gitme puanları ile iletişim puanları arasında zayıf yönde negatif bir ilişki vardır ( $r=-,28$ ,  $p=00$ ).



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 08 – LOG: 05

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

## TARTIŞMA

Araştırmanın amacı, spor yapan kadın voleybolcuların spor dışında serbest zamanlarında yaptıkları aktivitelere göre iletişim düzeylerini incelemektir. Ayrıca yaş, eğitim, spor yapma yılı ve serbest zamanlarında yaptıkları etkinliklerinin iletişim düzeylerinde yarattığı farklılıkları ortaya koymaktır.

Sonuç olarak, voleybolcu kadın sporcuların yaş, kardeş sayısı ve eğitim ile iletişim becerileri arasında anlamlı bir farklılığa rastlanılmamıştır. Bazı çalışmalar, bulgularımızı destekler niteliktedir (Tüfekçi, Gündoğdu ve Çelebi, 2016: 235; Söylemez, 2019: 58; Şenbakar, 2015: 8). Fakat iletişim düzeyi, yaş ve eğitimle doğrudan bağlantılı bir faktördür. Tecrübeler, alınan eğitim ve sosyal çevre kişinin sosyalleşmesinde ve kurduğu iletişimde farklılık yaratacağı kanaatindeyiz. Ancak, araştırmaya katılan kadın voleybolculardan 17 yaş altı katılımcıların sayısının fazla olması bulgularda çıkan farklılığın sebebi olarak gösterilebilir.

Spor yapma yılı ve serbest zaman etkinliği arasında anlamlı farklılık görülmektedir. 4-9 yıldır spor yapan kadın voleybolcuların iletişim düzeyi, 10 yıl ve üzeri spor yapanlardan daha yüksek çıkmıştır. Aktif ve sürekli yapılan antrenman süreleri sporcuların sosyal yaşamlarını etkileyebilir. Günlük olarak profesyonel sporcuların çoğu büyük bir zama-

nını spora ayırmakta ve yorgunlukla beraber özel hayatlarının kısıtlandığı bilinmektedir. Yapılan bir çalışmada kadın sporcuların antrenörlerle olan iletişim düzeyleri incelenmiş ve antrenörlerle çalışma süresi arttıkça iletişim düzeylerinin de arttığı görülmüştür (Abakay ve Kuru, 2013: 20) ve başka bir çalışmada profesyonelleştikçe antrenörle iletişim düzeyi yüksek görülmektedir (Şahin, 2012: 15). Çalışma bulgularımızda da spor yapma yılı arttıkça iletişim düzeylerinde bir azalma görülmekte bu sebepten bulgularımızla ters düşmektedir. Aynı zaman da araştırma bulgularımızın aksine spora başlama yaşının iletişim üzerinde etkisinin olmadığını tespit eden çalışmalar da mevcuttur (Bora, 2013: 52).

Serbest zaman etkinliklerine göre kadın voleybolcuların iletişim düzeyleri arasında farklılıklara rastlanmıştır. En yüksek puanı serbest zamanlarında kitap okuyanlar, en düşük puanı ise sinemaya gidenler almıştır. Erdoğan, vd., (2018: 517) çalışma bulgularında, haftada 1 kez rekreatif etkinliklere katılmanın sosyalleşme ve benlik saygısına, yüksek düzeyde etkisinin olduğunu tespit etmiştir. Sosyalleşmenin, en önemli kavrayıcısı kuşkusuz iletişimdir. Koçyiğit, vd., (2018: 983) de çalışmasında iletişim becerilerini arttırabilmek için rekreatif etkinliklerle sosyalleşmek gerektiği sonucunu bulmuştur. Çalışmamız da yapılan korelasyon analizinde, voleybolcuların iletişim düzeylerinin, kitap okumayla za-



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 08 – LOG: 05

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

yıf yönde pozitif bir ilişki, sinemaya gitme ile zayıf yönde negatif bir ilişki görülmektedir.

## SONUÇ

Sonuç olarak, kadın voleybolcuların spor yapma süreleri arttıkça iletişim düzeyinin düştüğü ve serbest zaman aktivite tercihlerinin iletişim düzeylerini etkilediği görülmektedir. Serbest zaman aktivitelerinde kitap okuyan kadın voleybolcuların iletişim düzeyleri diğer serbest zaman aktivitelerine katılanlardan daha yüksek görülmüştür. En düşük iletişim puanı alanlar ise sinemaya gidenler olmuştur. Kitap okumak, kelime dağarcığı artırmak, zekâ gelişimi, bilgi gibi yazılı ve sözlü iletişim yeteneklerini geliştirir. Fakat iletişimde sosyalleşmenin de etkisi yadsınamaz. Çalışmamızda sinemaya gidenlerin en düşük puanı alması sonucuna varılmışsa da sinemaya gitmenin iletişim üzerinde pozitif bir etkisinin çıkması beklenir.

## ÖNERİLER

Kadın voleybolcuların serbest zaman etkinliklerinin iletişim düzeylerine etkisi incelenmiştir. Serbest zaman etkinlikleri genişletilerek ve etkinlik süreleri öğrenilerek, araştırma tekrarlanabilir. Ayrıca bu çalışma, farklı branşlarla da tekrarlanabilir.

## KAYNAKÇA

**ABAKAY, U., KURU, E., (2013).** Kadın Futbolcularda Antrenörle İletişim Düzeyi ve

Başarı Motivasyonu İlişkisi. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 12(1)

**AGHDASI, M.T., (2014).** Evaluating Social Skills Of Female Athlete Students In Several Sports. Uluslararası Hakemli Akademik Spor Sağlık ve Tıp Bilimleri Dergisi, Sayı: 13 Cilt: 4

**BİOLCATİ, R., MANCİNİ, G., TROMBINİ, E., (2018).** Proneness to Boredom and Risk Behaviors During Adolescents' Free Time. Psychological Reports, 121(2): 303-323

**ÇİRİŞ, V., BAŞKONUŞ, T., ÇALIK, F., BEBEK, Ö., KAVAS, E.T., (2017).** Anadolu Yıldızları Projesi Atletizm Branşında Aktif Olarak Görev Alan Öğrencilerin Sosyal Beceri Düzeylerinin İncelenmesi. The Journal of Academic Social Science. Yıl: 5, Sayı: 48, Haziran 2017, 445-468

**ÇOKLUK, Ö., ŞEKERCİOĞLU, G., BÜYÜKÖZTÜRK, Ş., (2012).** Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları (Vol. 2). Ankara: Pegem Akademi

**EKİNCİ, N.E., ACET, M., ÖZDİLEK, Ç., (2015).** Sportif Rekreasyon Etkinliklerine Katılan Ortaokul Öğrencilerinin Yalnızlık Düzeylerinin İncelenmesi. III. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi, Bil-





UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 08 – LOG: 05

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

diri Kitabı, 5-7 Kasım 2015, Eskişehir,  
(518-523)

**ERDOĞDU, M., KOÇYİĞİT, M., ÇINAR, M., UYAR, M., (2018).** Kışilerarası İletişim Bağlamında Rekreatif Faaliyetlere Katılan Üniversite Öğrencilerinin Benlik Saygısı ve Sosyalleşme Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Journal of Communication Theory & Research/İletişim Kuram ve Arastırma Dergisi, (47)

**GEORGE, D., MALLERY, P., (2019).** IBM SPSS Statistics 26 Step by Step: A Simple Guide and Reference. Routledge

**GÜMÜŞGÜL, O., (2016).** Futbol Seyircilerinde Saldırganlık, Şiddet ve Holiganizme Yönelik Davranışların Önlenmesinde Serbest Zaman Etkinliklerine Katılım Etkisinin İncelenmesi. Doktora Tezi, Kütahya üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Kütahya

**HACICAFEROĞLU, S., KORKMAZ, M., ATALAY, A., YÜCEL, A.S., (2015).** Türkiye’de Üniversiteler Voleybol 2. Liginde Oynayan Öğrenci-Sporcuların İletişim ve Performans Verimine Yönelik Görüşlerinin İncelenmesi. Uluslararası Hakemli Akademik Spor Sağlık ve Tıp Bilimleri Dergisi. Cilt: 5 Sayı: 16

**KARAKÜÇÜK, S., (2014).** “Rekreasyon (Serbest Zamanları Değerlendirme)”,

Gazi Kitabevi, Ankara

**KOÇYİĞİT, M., ERDOĞDU, M., MUSTAFA, U., ÇINAR, M., (2018).** Üniversite Öğrencilerinin Rekreatif Etkinliklerle Sosyalleşme Düzeylerinin İletişim Becerileri ve Duygusal Zekâları Üzerine Etkisi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 6(2): 966-988

**KORKUT, F., (1996)** İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeğinin Geliştirilmesi: Güvenirlik ve Geçerlik Çalışmaları, Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi. 2(7): 18-23

**RUBİN, R.B., PALMGREEN, P., SYPHER, H.E., (2020).** Affinity-seeking instrument. In Communication Research Measures (pp. 86-88). Routledge

**SÖYLEMEZ, Ö.F., (2019).** Türkiye’deki Hokey Hakemlerinin İletişim Beceri Düzeyleri ile Stresle Başa Çıkma Tarzları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ağrı

**ŞAHİN, N., (2012).** Elit Düzeyde Takım Spor ve Bireysel Spor Yapan İki Grubun İletişim Becerilerinin Karşılaştırılması. Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 10(1): 13-16.

**ŞENBAKAR, K., (2015).** Elit Boksörlerde İletişim Becerilerinin İncelenmesi. Yük-



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 08 – LOG: 05

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

sek Lisans Tezi. Fırat Üniversitesi, Sağlık  
Bilimleri Enstitüsü. Elâzığ

**TÜFEKÇİ, Ş., GÜNDOĞDU, C., ÇELEBİ,  
E., (2016).** Gençlik Kamplarında Görev  
Yapan Liderlerin İletişim Becerilerinin  
Değerlendirilmesi. Uluslararası Güncel  
Eğitim Araştırmaları Dergisi, 2(2): 232-  
238



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 08 – LOG: 05

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

## EXTENDED ABSTRACT

**Aim:** In this study, it was aimed to examine the communication levels of female volleyball players according to their leisure time activities. In addition, the communication levels of the participants according to their age, education, years of doing sports and the number of siblings were also examined. **Method:** Our sample group consists of 147 female volleyball players who played volleyball in volleyball clubs in Kütahya and Tekirdağ provinces in 2019. Descriptive research method was used in the research. Data were collected from volunteer participants by using the “Communication Skills Assessment Scale” (CIDI) developed by Korkut (1996). The scale has a single sub-dimension and consists of 25 items and the Cronbach Alpha value was found to be .86. By directing distribution normality to parametric tests, multiple frequency analysis, one-way variance and correlation tests were applied. The scale without inverse items was in the form of a 5-point Likert-type scale, “always (5), often (4), sometimes (3), rarely (2), and never (1)”, and the Cronbach Alpha value was found to be .86. Skewness value of the data = -.44, Kurtosis value = -.86 and Kolmogorov-Smirnov value = .05 distribution is seen as normal. By directing distribution normality to parametric tests, Multiple Frequency analysis, One-Way Variance and Correlation tests were applied. **Results:** The participants mostly consist of those aged 12-17 (N=81), those with high school education (N=73), those who have been doing sports for 4-9 years (N=66) and those who prefer to read books in their free time (N=49). According to the results of the analysis; There is no significant difference between age, education, number of siblings and communication levels of female athletes ( $p > .05$ ). However, there is a significant difference between the year of doing sports and the level of communication  $F(2-144)=3.43$ ;  $p=.03$ . The difference according to the result of the Post Hoc test is due to the difference in the communication level of those who have been doing sports for 4-9 years and those who have been doing sports for 10 years or more. The communication level of female volleyball players who have been playing sports for 4-9 years is higher than those who have been involved in sports for 10 years or more (4,44). There is also a significant difference between leisure time activity and communication level ( $p < .05$ ),  $F(4-142)=4.02$ ;  $p=0.00$ . According to the result of the Post Hoc test, the difference is between the communication levels of those who read books in their free time and those who go to the movies. It has been determined that the communication level of those who read books in their free time is higher than those who go to the movies in their free time (4,50). there was a relationship ( $r=.23$ ,  $p=.00$ ). As the book reading scores of the volleyball players increase, their communication level also increases, and as the



UHBAB

[www.uhbabdergisi.com.tr](http://www.uhbabdergisi.com.tr)

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 08 – LOG: 05

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

---

book reading scores decrease, the communication scores also decrease. At the same time, there is a weak negative correlation between the scores of going to the movies in their free time and the communication scores ( $r=-.28$ ,  $p=00$ ). **Result:** According to the data results of 147 female volleyball players participating in the study, the communication skill scores of female volleyball players reading books in leisure activities were higher than the others. Those who got the lowest communication skill scores were those who went to the movies in their free time.

## ÇOCUK VE MIZAÇ KONUSUNDA TÜRKİYE'DE YAZILMIŞ LİSANSÜSTÜ TEZLERİN İNCELENMESİ <sup>(1)</sup>

### ANALYSIS OF GRADUATE THESIS WRITTEN IN TURKEY ON CHILD AND TEMPERAMENT

*Nurcan ALAGÖZ<sup>1</sup>, Mehmet SAĞLAM<sup>2</sup>*

*<sup>1</sup>Bingöl Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu, Bingöl / Türkiye*

*<sup>2</sup>İnönü Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Malatya / Türkiye*

*ORCID ID: 0000-0002-1344-6760<sup>1</sup>, 0000-0003-1784-4472<sup>2</sup>*

**Öz: Amaç:** Mizaç konusunda yapılan çalışmalar eski zamanlara dayanmış olsa da, son zamanlarda mizaç konusuna olan ilgi gün geçtikçe artmaktadır. Bu çalışmada Türkiye’de çocuk ve mizaç konusunda yapılan lisansüstü tezlerin içerik açısından analizi yapılarak, mevcut durumun ortaya konulması hedeflenmiştir. **Yöntem:** Bu amaç doğrultuda “çocuk” ve “mizaç” anahtar kelimeleri kullanılarak 1989-2021 yılları arasında YÖK tez merkezine kayıtlı 102 lisansüstü çalışmaya ulaşılmıştır. Bu çalışmaya içerme ölçütlerine uyan 70 lisansüstü tez dahil edilerek, içerme ölçütlerini karşılamayan 32 lisansüstü tez çalışma dışı bırakılmıştır. Tezler betimsel tarama modeli kullanılarak temalandırılmıştır. **Bulgular:** Çalışmadan elde edilen bulgular incelendiğinde ulaşılan en yüksek değerler şu şekildedir: Çalışmaların %71,43’ü yüksek lisans çalışmasıdır. En fazla çalışma %65,71 ile 2016-2021 yılları arasında yapılmış ve %64,29 ile Türkçe dilinde yazılmıştır. En çok %44,29 ile psikoloji ana bilim dalı çatısı altında tez çalışmaları yürütülmüştür. En fazla %68,57 ile anaokulu çocuklarıyla çalışılmış ve %85,71 ile nicel yöntem kullanılmıştır. En fazla %52,86 ile basit/rastgele örneklem tekniği kullanılmıştır. İlişkisel ya da çalışılan konu bakımından en çok %21,26 ile ebeveynlik stilleri/tutumları/özellikleri konusuna çalışılmıştır. Mizaç konusundaki çalışma önerilerine bakıldığında en çok %14,46 ile daha geniş örneklem grubuyla çalışılması tavsiye edilmiştir. **Sonuç:** Ulaşılan bulguların çocuk ve mizaç konusunda bundan sonra yapılacak çalışmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

*Anahtar Kelimeler:* Mizaç, Çocuk, Çocuk Gelişimi, Lisansüstü

**Abstract: Aim:** Although the studies on temperament date back to ancient times, the interest in the subject of temperament has been increasing day by day. In this study, it is aimed to reveal the current situation by analyzing the postgraduate theses on child and temperament in Turkey in terms of content. **Method:** For this purpose, using the keywords “child” and “temperament”, 102 graduate studies registered to YÖK thesis center between 1989-2021 were reached. 70 postgraduate theses that met the inclusion criteria were included in this study, and 32 postgraduate theses that did not meet the inclusion criteria were excluded from the study. Theses are themed descriptive scanning model. **Findings:** When the findings obtained from the study are examined, the highest values reached are as follows: 71.43% of the studies are master studies. The highest number of studies were conducted between 2016-2021 with 65.71% and 64.29% were written in Turkish. Thesis studies were carried out under the umbrella of the psychology department with the highest rate of 44.29%. The most studied was with kindergarten children with 68.57% and the quantitative method was used with 85.71%. Simple/random sampling technique was used with a maximum of 52.86%. In terms of relationality or the subject studied, parenting styles/attitudes/characteristics were studied with the highest rate of 21.26%. Considering the study recommendations on temperament, it was recommended to work with a larger sample group with a maximum of 14.46%. **Conclusion:** It is thought that the findings will shed light on future studies on children and temperament.

*Keywords:* Temperament, Child, Child Development, Graduate

*Doi: 10.17368/uhbab.2021.24.04*

- (1) *Sorumlu Yazar: Nurcan ALAGÖZ “Öğr. Gör., Lecturer” Bingöl Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu, Bingöl / Türkiye, nalagoz@bingol.edu.tr, Geliş Tarihi / Received: 10.10.2021, Kabul Tarihi/ Accepted: 22.12.2021 Makalenin Türü: Type of article (Araştırma - Uygulama / Research - Application) Çıkar Çatışması, Yok – Conflict of Interest, None, Etik Kurul Raporu veya Kurum İzin Bilgisi- Ethical Board Report or Institutional Approval, Yok / None*



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

## GİRİŞ

Birçok ebeveyn bebeklerinin doğduğu günden itibaren kendilerine özgü kişilik yapıları olduğundan bahsederler. Bir ebeveyn bebeği için “sürekli gülümsüyor, çok uslu bir bebek, ablası-abisinden çok farklı, hep hassas bir çocuktu” şeklinde ifadeler kullanabilir. Kişilik yapısını tanımlayıcı bu özelliklerin bilimsel karşılığı karşımıza “mizaç” olarak çıkar (Trawick-Smith; 2017). Mizaç, bireyin istikrarlı davranışsal eğilimlerini veya çeşitli durumlarda bir bireyin duygusal ve davranışsal tepkisinin karakteristik tarzını içerir. Mizaç kalıpları, hayatın oldukça erken dönemlerinde fark edilir ve zaman içinde devam eder. İnsan davranışları üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir. Mizaç davranışlar üzerinde süreklilik, istikrar ve genelliğe sahip gibi görünmektedir. Diğer insanlara, belirli bir durumda o kişinin muhtemelen ne yapacağını bilme duygusu hissetmelerine, tepkilerini bir dereceye kadar tahmin edebilmelerine olanak tanımaktadır (Prior; 1992).

Mizacın gelişimi ya da oluşumu ile ilgili birkaç farklı görüş ileri sürülmüştür. Bazı araştırmacılar mizacın biyolojik bir kökenin olduğunu ve çok erken dönemde geliştiğini, sinir sisteminin işleyişiyle alakalı olabileceğini ya da bireyin fizyolojik yapısıyla alakalı olabileceğini savunmuşlardır (Rothbart, Derryberry; 1981). Bazı araştırmacılar ise; mizacın biyolojik kaynaklı olmakla birlikte çevresel

özelliklere göre de şekillenebileceğini savunmuşlardır (Çakmak, Pektaş; 2020). Açıkçası, bu teorilerin hiçbiri bir diğerini dışlamaz. Örneğin duygusal özellikler gelişimin erken safhalarında ortaya çıkabilir, kalıtsal olabilir, bireyin kişisel enerjisini kullanma şeklini etkileyebilir, düzenleyici işlevlere sahip olabilir ve bireysel stillerin farklılığına katkıda bulunabilir (Goldsmith; 1996).

Mizaç bebeklik döneminden itibaren gözlemlenebilen dikkat, duygu ve düşünce süreçlerindeki farklılıklardır (Çakmak, Pektaş; 2020). Aynı zamanda gelişim anlayışının merkezidir ve mizaç yapıları hem kişilik hem de altta yatan sinir işlevindeki bireysel farklılıklarla bağlantılıdır (Rothbart; 2007). Buss ve Polmin mizacın kalıtsal özelliklerinin olduğunu ve bu özelliklerin bebeklik döneminde ortaya çıktığını belirtmişlerdir. Thomas ve Chees benzer motivasyon ve beceri düzeyine sahip olan bir grup bireyin, belirli bir görev veya sosyal aktivite karşısında; motor aktiviteleri, duygu durum ifadelerinin yoğunluğu, adaptasyon süreçleri ve dikkat dağınıklığı dereceleri konusundaki performansları açısından belirgin bir şekilde farklı olabileceğini söylemişlerdir. Bu özelliklerdeki farklılıkların da mizacın bileşenlerini ifade ettiğini belirtmişlerdir. Rothbart mizacı nispeten kararlı, tepki ve öz düzenlemedeki biyolojik temelli bireysel farklılıklar olarak tanımlamıştır. Ayrıca bireysel farklılıkların davranışsal olarak



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

her yaşta gözlemlenebileceğini belirtmiştir. Goldsmith ise mizacın davranışsal doğası üzerinde durmuş ve mizacı birincil duyguları, uyarılmayı deneyimleme ve ifade etme şekillerindeki bireysel farklılıklar olarak açıklamıştır (Goldsmith ve ark; 1987).

Mizaç konusunda en bilinen ve öncü niteliği taşıyan çalışma 1956'da başlayan Newyork boylamsal çalışmasıdır. Bu çalışma çocukların davranışları ve kişilik gelişimi arasındaki ilişkiyi keşfetmek ve kişilik gelişimini açıklamak amacıyla başlamıştır (Thomas ve ark 1963). Chees ve Thomas (1959) yaptıkları analizlerde mizacı tanımlama konusunda önemli buldukları dokuz tip mizaç kategorisi belirlemişlerdir. Bunlar:aktivite düzeyi, tepki düzeyi, düzenlilik, ritmiklik, uyum, duygu durumu, yaklaşma-çekinme, sebat ve dikkat şeklinde sıralanmıştır. Thomas ve Chees (1986) daha sonra çocukların içine dahil olabilecekleri üç tip mizaç kategorisi belirlediler. Birinci tip kolay mizaçlı çocuklardır. Bu kategoriye dahil olan çocuklar hızlı uyum yeteneğine, olumlu ve pozitif ruh haline sahiptir. İkinci tip zor mizaca sahip çocuklardır. Bu kategorideki çocuklar geri çekilme tepkisi gösteren, yavaş uyum yeteneğine ve olumsuz ruh haline sahip çocuklardır. Üçüncü tip ise yavaş ısınan mizaca sahip çocuklardır. Bu kategorideki çocuklar duygu durumunu çoğunlukla belli etmeyen temkinli çocuklardır. Yavaş ısınan mizaca sahip çocuklar çoğun-

lukla ebeveynleri, arkadaşları ve kendileri tarafından utangaç ya da engellenmiş olarak etiketlenirler.

New York boylamsal çalışmasının en dikkat çeken sonuçlarından biri bebeklikten ergenliğe kadar takip edilen örneklem grubunda bazı mizaç özelliklerinin oldukça tutarlı bir biçimde süreklilik göstermesidir (Thomas ve Chees 1977). Bebeklikten ergenliğe kadar mizacın değişmezliği ve tutarlılığı başka araştırmacıların yaptıkları araştırmalarda da benzer sonuçlar vermiştir (Caspi ve ark; 1995). Bu sonuçlar çocukların ilerideki davranış yapıları hakkında bizlere önceden ipucu verir. Örneğin zor mizaçla doğan bebeklerin ileride davranış problemleri gösterdiği bulunmuştur (Caspi ve ark; 1995). Yavaş ısınan mizaç özellikleri sergileyen çocukların sosyal bir grupla karşılaştıklarında suskun kaldıkları ve sosyal davranışlardan kaçınma eğilimleri gösterdikleri görülmüştür (Henderson ve ark; 2004).

## AMAÇ

Bu araştırmada Türkiye'de geçmişten günümüze kadar mizaç konusunda yapılmış çalışmaların tematik analizlerinin yapılması amaçlanmıştır. Yapılan analizler doğrultusunda literatürde daha az çalışma yapılan alanların, örneklem tekniğinin, araştırma türlerinin, çalışma grupları ve tavsiye edilen önerilerin bir haritası çıkartılarak gelecekte yapılacak



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

çalışmalara ışık tutması planlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- I. İncelenen tezlerin türü nedir?
- II. İncelenen tezlerin yıllara göre dağılımı nasıldır?
- III. İncelenen tezler hangi dilde yazılmıştır?
- IV. İncelenen tezler hangi ana bilim dalı çatısı altında yapılmıştır?
- V. İncelenen tezlerin çalışma grubu nedir?
- VI. İncelenen tezlerde hangi araştırma yöntemi kullanılmıştır?
- VII. İncelenen tezlerde hangi örneklem tekniği kullanılmıştır?
- VIII. İncelenen tezlerin mizaç konusuyla ilişkisellik durumu nasıldır?
- IX. İncelenen tezlerin sonucunda ne tür öneriler sunulmuştur?

## KAPSAM

Çalışmaya geçmişten günümüze kadar Türkiye’de çocuk ve mizaç konusunda yapılmış olan ve Yüksek Öğretim Kurumu Ulusal Tez Merkezi internet sitesi veri tabanından ulaşılabilen lisansüstü tezler dahil edilmiştir. 02/05/2021 tarihinde Yüksek Öğretim Ku-

rumu Ulusal Tez Merkezi internet sitesinde geçmişten günümüze kadar yapılan lisansüstü tezler incelendiğinde 656.132 lisansüstü teze ulaşılmıştır. Bu çalışma Türkiye’de mizaç konusunda yapılmış çalışmaların bütünsel olarak tek çalışma üzerinde görülmesini sağlamaktadır. Mizaç konusunda araştırmacılara farklı bakış açıları kazandırılmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

## YÖNTEM

Bu çalışmada Türkiye’de çocuk ve mizaç konusunda yapılmış lisansüstü tezlerin tematik dağılımları betimsel tarama modeli kullanılarak incelenmiştir.

## Evren ve Örneklem

Bu çalışmada amaçsal örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Amaçsal örnekleme; seçkisiz olmayan bir örnekleme yaklaşımıdır. Amaçsal örneklemede, araştırmanın amacına bağlı kalınarak bilgi yönüyle zengin durumlar seçilir ve bu teknik derinlemesine araştırma yapılmasına imkan tanır. Belirli özellikleri karşılayan veya belli ölçütlere sahip olan bir ya da daha fazla özel durumda çalışılmak istendiğinde bu örnekleme tekniği tercih edilir (Büyüköztürk, 2016).

Çalışmaya geçmişten günümüze kadar Türkiye’de çocuk ve mizaç konusunda yapılmış olan ve Yüksek Öğretim Kurumu Ulusal Tez Merkezi internet sitesi veri tabanından





UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

ulaşılabilen lisansüstü tezler dahil edilmiştir. 02/05/2021 tarihinde Yüksek Öğretim Kurumu Ulusal Tez Merkezi internet sitesinde geçmişten günümüze kadar yapılan lisansüstü tezler incelendiğinde 656.132 lisansüstü teze ulaşılmıştır. Bu çalışma için belirlenen “çocuk” ve “mizaç” anahtar kelimeleri kullanılarak 02/05/2021 tarihinde yapılan taramada 1989 ve 2020 tarihleri arasında yapılmış toplamda 102(yüksek lisans, doktora ve tıpta uzmanlık) lisansüstü teze ulaşılmıştır. Ulaşılan lisansüstü tezler bilgisayar ortamında kodlanmıştır.

#### ARAŞTIRMA SINIRLILIKLARI

Bu çalışmanın amacı, çocuk ve mizaç konusunda Türkiye’de yapılmış lisansüstü tezlerin tespit edilip, genel bir çerçevede incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda incelenen bütün tezlerde çocuk ve mizaç konusunu çalışılmış olması şartı göz önüne alınmış ve gerekli kodlamaların yapılabilmesi için aşağıdaki kriterler göz önünde bulundurulmuştur:

- Lisansüstü tezlere YÖK tez veri tabanından tam metin olarak ulaşılabilmesi,
- Lisansüstü tezlerin Türkçe ya da İngilizce yazılmış olması,

- Lisansüstü tezlere “çocuk” ve “mizaç” anahtar kelimeleri yazılarak ulaşılabilmesi,
- Lisansüstü tezlerin çocuk mizacını ele alması,
- Lisansüstü tezlerin çocuk gelişimi ile ilgisinin bulunması,

Bu çalışmada yukarıdaki kriterleri karşılayan tezler incelenmiştir.

#### Veri Toplama Araçları

Veri toplama aracı oluşturmak için ilk aşamada, daha önce yapılmış lisansüstü tezlerin incelenmesi konusunda yapılmış araştırmalar incelenmiştir. Bu bağlamda Aral ve ark. (2015) ve Ayanoğlu ve ark. (2019) yapmış oldukları çalışmalar incelenmiştir. İkinci aşamada bu çalışmalardan yararlanılarak yeni bir form geliştirilmiştir. Oluşturulan bu formda tezler; türleri, yıllara göre dağılımları, tam ya da özet metne ulaşma durumu, yazıldığı dil, yapıldığı ana bilim dalı, çalışma grubu, araştırma yöntemi, örneklem tekniği, ilişki-sellik ve mizaç konusundaki öneriler başlıkları doğrultusunda kodlanmıştır.



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

## BULGULAR

**Tablo 1. Lisansüstü Tezlerin Türlerini Gösteren Dağılım**

Değişken	f	%
Yüksek Lisans	50	71,43%
Doktora	11	15,71%
Tıpta Uzmanlık	9	12,86%
Toplam	70	100,00%

Tablo 1 incelendiğinde çocuk ve mizaç anah-tar kelimeleri kullanılarak taranan lisansüstü tezlerin %71,43'ünün (50 çalışma) yüksek lisans, %15,71'inin (11 çalışma) doktora,

%12,86'sının tıpta uzmanlık tezi olduğu gö-rülmüştür. Bu veriler doğrultusunda en çok çalışmanın yüksek lisans düzeyinde yapıldığı görülmüştür.

**Tablo 2. Lisansüstü Tezlerin Yazıldığı Yılı Gösteren Dağılım**

Değişken	f	%
1989-2005	1	1,43%
2006-2010	9	12,86%
2011-2015	14	20,00%
2016-2021	46	65,71%
Toplam	70	100,00%

Tablo 2 incelendiğinde incelenen tezlerin yapıldığı yıllara göre dağılımlarına bakıldı-ğında; 1989-2005 yılları arasında %1,43 (1 çalışma), 2006-2010 yılları arasında %12,86 (9 çalışma), 2011-2015 yılları arasında %20

,00 (14 çalışma), 2016-2021 yılları arasında %65,71 (46 çalışma) şeklinde dağılım gös-terdiği görülmüştür. En az çalışmanın 1989-2005, çok çalışmanın 2016-2021 yılları ara-sında yapıldığı tespit edilmiştir.

**Tablo 3. Lisansüstü Tezlerin Yazıldığı Dili Gösteren Dağılım**

Değişken	f	%
Türkçe	45	64,29%
İngilizce	25	35,71%
Toplam	70	100,00%



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

Tablo 3 incelendiğinde lisansüstü tezlerin yazıldığı dili gösteren oranlara bakıldığında Türkçe dilinde yazılan tezlerin %64,29 (45 çalışma), İngilizce dilinde yazılan tezlerin

%35,71 (25 çalışma) olduğu görülmüştür. En çok çalışmanın Türkçe yazıldığı tespit edilmiştir.

**Tablo 4. Lisansüstü Tezlerin Yapıldığı Ana bilim Dalını Gösteren Dağılım**

Değişken	f	%
Psikoloji Anabilim Dalı	31	44,29%
Çocuk Gelişimi Ve Eğitimi Ana bilim Dalı	9	12,86%
Çocuk Ve Ergen Ruh Sağlığı Ve Hastalıkları Anabilim Dalı	6	8,57%
Temel Eğitim Ana bilim Dalı	6	8,57%
Klinik Psikoloji Ana bilim Dalı	6	8,57%
Diğer	3	4,29%
Çocuk Psikiyatrisi Ana bilim Dalı	2	2,86%
Dil Ve Konuşma Terapistliği Ana bilim Dalı	2	2,86%
İlköğretim Ana bilim Dalı	2	2,86%
Eğitim Bilimleri Ana bilim Dalı	1	1,43%
Erken Çocukluk Eğitimi Ana bilim Dalı	1	1,43%
Odyoloji Ana bilim Dalı	1	1,43%
Toplam	70	100,00%

Tablo 4 incelendiğinde çocuk ve mizaç konusunda yapılan lisansüstü tezler en fazla %44,29 ile Psikoloji Ana bilim dalında, ikinci olarak %12,86 ile Çocuk Gelişimi Ve Eğitimi Ana bilim Dalı çatısı altında hazırlanmıştır. Üçüncü sırada %8,57 ile Çocuk Ve Ergen Ruh Sağlığı Ve Hastalıkları Ana bilim Dalı, Temel Eğitim Ana bilim Dalı ve Klinik Psi-

koloji Ana bilim Dalı yer almaktadır. Çocuk Psikiyatrisi Ana bilim Dalı, Dil Ve Konuşma Terapistliği Ana bilim Dalı ve İlköğretim Ana bilim Dalı %2,86 ile 4. Sırada yer almaktadır. Son olarak %1,43 ile Erken Çocukluk Eğitimi Ana bilim Dalı ve Odyoloji Ana bilim Dalı yer alırken diğer ana bilim dallarında yapılan lisansüstü tezlerin oranı %4,29'dur.



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

**Tablo 5. Lisansüstü Tezlerin Çalışma Grubunu Gösteren Dağılım**

Değişken	f	%
Anaokulu	48	68,57%
Farklı Yaş	15	21,43%
0-3 Yaş	3	4,29%
İlkokul	2	2,86%
Ortaokul	2	2,86%
Lise	0	0,00%
Toplam	70	100,00%

Tablo 5’te lisansüstü tezlerin çalışma grubunu gösteren dağılım incelendiğinde belli bir dönemsel ayırım gözetilmeden çalışmalara dahil eden gruplar farklı yaş kategorisi altında ele alınmış olup, farklı yaş kategori-

si %21,43’lük orana sahiptirler. Anaokulu %68,57, 0-3 yaş %4,29, , ilkokul %2,86, ortaokul %2,86 oranlara sahipken, lise grubunda hiç çalışma yapılmamıştır. En çok çalışma anaokulu grubuyla yapılmıştır.

**Tablo 6. Lisansüstü Tezlerin Yöntemlerini Gösteren Dağılım**

Değişken	f	%
Nicel	60	85,71%
Nitel	1	1,43%
Karma	9	12,86%
Toplam	70	100,00%

Tablo 6’da lisansüstü tezlerin yöntemlerini gösteren dağılım incelendiğinde en çok %85,71 (60 çalışma) ile nicel yöntem tercih

edilmiştir. Karma yöntem %12,86 (9 çalışma) oranında tercih edilirken, en az %1,43 (1 çalışma) ile nitel yöntem tercih edilmiştir.



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

**Tablo 7. Lisansüstü Tezlerin Örneklem Tekniğini Gösteren Dağılım**

Değişken	f	%
Basit/Rastgele	37	52,86%
Amaçsal Örneklem	22	31,43%
Kolay Ulaşılabilirlik	3	4,29%
Tabakalı	3	4,29%
Uygun Örneklem	3	4,29%
Kartopu/ Zincir Örneklem	2	2,86%
Toplam	70	100,00%

Tablo 7 incelendiğinde lisansüstü tezlerde kullanılan örneklem tekniği oranlarına bakıldığında %52,86 ile basit/rastgele örneklem, %31,43 ile amaçsal örneklem, %4,29 ile kolay ulaşılabilir örneklem, %4,29 ile tabakalı

örneklem ve %4,29 ile uygun örneklem, %2,86 ile kartopu/zincir örneklem tercih edilmiştir. En çok basit/rastgele (37 çalışma) örneklem tercih edilmiştir.



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

**Tablo 8. Lisansüstü Tezlerin İlişkisellik/Çalışılan Sorun Türünü Gösteren Dağılım**

Değişken	f	%
Ebeveynlik Stilleri Ve Tutumları/Özellikleri	27	21,26%
Duyusal Ve Davranışlar Sorunlar	9	7,09%
Duygu Düzenleme	9	7,09%
Diğer Sağlık Sorunları	6	4,72%
İçe Yönelim/Dışa Yönelim-İçselleştirme/Dışsallaştırma Sorunları	6	4,72%
Sosyal Gelişim Ve Davranışlar	6	4,72%
Çocuğun Yetiştirme Ortamı/Bakım Türü	5	3,94%
Bağlanma	5	3,94%
Benlik Ve Kendini Kontrol	5	3,94%
Anksiyete/Kaygı/Stres	4	3,15%
DEHB	4	3,15%
Akran İlişkileri	4	3,15%
Bilişsel Gelişim Ve Bellek	4	3,15%
Dil Gelişimi/Kekemelik	4	3,15%
Oyun Davranışları	2	1,57%
Akademik Başarı	2	1,57%
Ebeveyn Yeterliliği	2	1,57%
Okula Uyum	2	1,57%
Empati Becerileri	1	0,79%
Baba Mizacı Ve Çocuk Mizacı İlişkisi	1	0,79%
Otizm	1	0,79%
Fiziksel Saldırganlık	1	0,79%
Diğer	17	13,39%
Toplam	127	100,00%

Tablo 8’de çocuk ve mizaç konusunda yapılan lisansüstü tezler ilişkisellik bakımından incelendiğinde, mizaç konusu birden fazla konuyla ilişkilendirilerek toplamda 127 ko-

nuyla birlikte incelenmiştir. Lisansüstü tezlerin %21,26’sının ebeveynlik stilleri/tutumları/özellikleri, %7,09’unun duygusal davranışsal sorunlar ve duygu düzenleme, %6,72sinin di-



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

ğer sağlık sorunları, içe yönelim/dışa yönelim-içselleştirme/dışsallaştırma sorunları ve sosyal gelişim ve davranışlar, %3,94'ünün çocuğun yetişme ortamı/aldığı bakım türü, bağlanma ve benlik /kendini kontrol. %3,15'inin anksiyete/stres/kaygı, DEHB, akran ilişkileri, bilişsel gelişim/bellek ve dil gelişimi/keke-

melik, %1,57 sinin oyun davranışları, akademik başarı, ebeveyn yeterliliği ve okula uyum, %0,79 empati becerileri, baba/çocuk mizacı ilişkisi, otizm ve fiziksel saldırganlık, %13,39'ununda nadir incelenen ya da çok irdelemeyen konular olarak diğer kategorisi adı altında yer almıştır.

**Tablo 9. Lisansüstü Tezlerin Mizaç Konusundaki Önerilerini Gösteren Dağılım**

Değişken	f	%
Daha geniş örneklem grubuyla çalışılması	24	14,46%
Farklı demografik özelliklere göre çalışılması	16	9,64%
Boylamsal çalışmalar yapılması	14	8,43%
Objektifliği artırmak için gözlemlere yer verilmesi	12	7,23%
Farklı yaş gruplarıyla çalışılması	12	7,23%
Babaların çalışmalara dahil edilmesi ve rolünün vurgulanması	10	6,02%
Öğretmenlere ve ailelere hizmet içi eğitim verilerek bilgilendirme yapılması	9	5,42%
Mizaç konusunun daha fazla çalışılması	8	4,82%
Çocuk mizacını üçüncü kişilerin değerlendirmesi	6	3,61%
Farklı kültürlerde çalışılması	6	3,61%
Birden fazla mizaç ölçeğinin ve farklı ölçme araçlarının kullanılması ve ölçek maddelerinin gözden geçirilmesi	6	3,61%
Nitel yöntem ve karma yöntemlerin de tercih edilmesi	6	3,61%
Mizacı etkileyen çevresel faktörlerin dahil edilmesi	5	3,01%
Çocuklara uygulanan etkinliklerde mizaçlarının göz önünde bulundurulması	4	2,41%
Ebeveynlik stillerinin çalışılması	4	2,41%
Çeşitli sağlık sorunlarında mizaç özelliklerinin dikkate alınması	4	2,41%
Mizaç temelli eğitim ve müdahale programlarının geliştirilmesi	4	2,41%
Mizacın bütün özellikleriyle ele alınması	2	1,20%
Her çocuğun benzersiz olduğu ve bireysel farklılıkların dikkate alınması gerekliliği	1	0,60%
Diğer	13	7,83%
Toplam	166	100,00%



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

Tablo 9’da yürütülen çalışma sonrası lisansüstü tezlerin mizaç konusunda verdiği öneriler incelenmiştir. Toplamda 166 öneriye yer verilmiştir. Verilen önerilerin dağılımlarına bakıldığında tezlerin %14,46’sında daha geniş örneklem grubuyla çalışılması, %9,64’ünde farklı demografik özelliklere göre çalışılması, %8,43’ünde boylamsal çalışmalar yapılması, %7,23’ünde objektifliği artırmak için gözlemlere yer verilmesi ve farklı yaş gruplarıyla çalışılması, %6,02’sinde babaların çalışmalara dahil edilmesi ve rolünün vurgulanması, %5,42’sinde öğretmenlere ve ailelere hizmet içi eğitim verilerek bilgilendirme yapılması, %4,82’sinde mizaç konusunun daha fazla çalışılması, %3,61’inde çocuk mizacını üçüncü kişilerin değerlendirmesi, farklı kültürlerde çalışılması, birden fazla mizaç ölçeğinin/farklı ölçme araçlarının kullanılması /ölçek maddelerinin gözden geçirilmesi ve nitel yöntem/karma yöntemlerin tercih edilmesi, %3,01’inde mizacı etkileyen çevresel faktörlerin dahil edilmesi, %2,41 çocuklara uygulanan etkinliklerde mizaçlarının göz önünde bulundurulması, ebeveynlik stillerinin çalışılması, çeşitli sağlık sorunlarında mizaç özelliklerinin dikkate alınması ve mizaç temelli eğitim ve müdahale programlarının geliştirilmesi, %1,20’sinde mizacın bütün özellikleriyle ele alınması, %0,60’ında her çocuğun benzersiz olduğu ve bireysel farklılıkların dikkate alınması gerekliliği, ve %7,83’ünde diğer önerilere yer verilmiştir.

## TARTIŞMA

Bu çalışmada Türkiye’de 1989-2021 yılları arasında mizaç konusunda yapılan lisansüstü çalışmalar incelenmiştir. Yapılan inceleme doğrultusunda ulaşılan 102 tezdten 4’ü özet metin olarak ulaşılabildiği için, 13’ü çocuk gelişimi ve mizaç konusuyula ilgisiz bulunduğu için, 15’i yetişkin mizacını ele aldığı için çalışma dışı bırakılmıştır. Toplamda 70 tezin verileri çalışmaya dahil edilmiştir.

İncelenen tezlerin çalışma türlerine göre dağılımlarına bakıldığında %71,43 ile en çok çalışma yüksek lisans tezidir. Doktora tezi %15,71, tıpta uzmanlık tezi ise %12,86 oranındadır. Yüksek lisans çalışması bittikten sonra doktora çalışmasına devam etmeme bu durumun bir nedeni olarak gösterilebilir. Nitelik yapılan birçok çalışmada yüksek lisans tezlerinin oranı doktora ve tıpta uzmanlık çalışmalarının oranından fazladır (Can Yaşar, Aral, 2011, Aydoğdu, 2019; Gürsoy, Aydoğdu, Aysu, Aral, 2019; Sağlam, 2016, Aral ve ark. 2015).

İncelenen tezlerin yıllara göre dağılımlarına bakıldığında 1989-2005 yılları arasında 1 çalışma, 2006-2010 yılları arasında 9 çalışma, 2011-2015 yılları arasında 14 çalışma, 2016-2021 yılları arasında 46 çalışma yapılmıştır. Bu sonuca göre yıllar geçtikçe yapılan çalışma sayısı artmaktadır. Bu durumun nedeni olarak mizaç konusuna ilginin artması, sü-





UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

rekli olarak yeni üniversitelerin ve lisansüstü programların açılması gösterilebilir. Lisansüstü tezlerin incelendiği birçok çalışmada son yıllarda yapılan çalışma sayısının daha fazla olduğu görülmüştür (Kapkın, Çalışkan, Sağlam, 2018; Yıldız, Sağlam, 2017).

Lisansüstü tezlerin yapıldığı ana bilim dallarına bakıldığında, mizaç konusunun birçok ana bilim dalının çatısı altında çalışıldığı görülmüştür. En çok çalışma ise psikoloji ana bilim dalı çatısı altında yürütülmüştür. Huy, kişilik ya da karakter kelimeleriyle yakın ilişki içinde olan mizaç konusunun psikoloji bilimiyle yakından ilişkili olması bu durumun nedeni olarak gösterilebilir. Bunun yanında insanı etkileyen birçok konunun psikoloji ana bilim dalının da ilgisini çektiği söylenebilir. Kaçmaz ve Cumurcu'nun (2020) internet bağımlılığıyla alakalı lisansüstü tezleri inceledikleri çalışmalarda en çok çalışma psikoloji ana bilim dalı çatısı altında yürütülmüştür. İkinci sırada ise çocuk gelişimi ve eğitimi ana bilim dalı gelmektedir. Çocukların karakterini tanımlarken çocuklar için kişilik kelimesi yerine mizaç kelimesinin kullanılması ve mizaç özelliklerinin doğumla birlikte kendini göstermeye başlaması bu durumun nedeni olarak gösterilebilir.

Lisansüstü tezlerde incelenen çalışma grubuna bakıldığında en fazla çalışmanın %68,57 ile anaokulu grubunda yapıldığı görülmüştür. Anaokulu döneminde akademik becerilerden

ziyade davranış ve kişilik gelişimi üzerinde duruluyor olması, bu nedenle öğretmenlerin ve ebeveynlerin çocukları daha fazla gözlemlemesi ve diğer yaş gruplarında ölçme araçlarının yetersiz oluşu (özellikle bebek grubunda) bu durumun nedenleri arasında gösterilebilir. Mizaç gibi oyun davranışları da en iyi anaokulu çocuklarında izlenebilmektedir. Kaytez ve Durualp (2014) okul öncesinde oyun davranışları ile ilgili yapılan lisansüstü tezleri incelemişlerdir.

İncelenen tezlerin yöntemine bakıldığında, en fazla tercih edilen yöntemin %85,71 oranında nicel yöntem olduğu görülmüştür. Yapılan birçok lisansüstü tez incelemesi çalışmasında, araştırmacıların nicel yöntemi, karma ve nitel yöntemlere göre daha fazla benimsediklerini göstermektedir (Yaşar, Papatğa, 2015; Levent, Kınık, 2017; Kılınç, Uzun, 2020, Çağlayan, 2018).

İncelenen lisansüstü tezler örneklem tekniği bakımından ele alındığında en fazla %52,86 ile basit/rastgele örnekleme tercih edilmiştir. Rastgele örnekleme evrenin özelliklerini anlamak için örneklem verilerine dayanan, bilgi toplamak için mülakat ve anketlerden yararlanılan bir tekniktir (Johnson, Christensen, 2014). Araştırmacıların çalışmalarının genellebilirliğini arttırmak ve mizaç konusunda bireylerin genel özelliklerini ortaya çıkarmak için bu teknikten yararlandıkları söylenebilir.



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

Mizaç konusuyla alakalı İncelenen lisansüstü tezlerle çalışılan konu ya da sorun türü açısından bakıldığında, en fazla %21,26 ile ebeveynlik stilleri/tutumları/özellikleri konusu çalışılmıştır. Rothbart'a göre bebeklerin mizacı, erken dönemlerden itibaren başkalarının eylemleri tarafından düzenlenir (Sanson, Rothbart 1995). Çocuğun içine doğduğu ailenin çocuğun mizacı üzerinde etkisinin olabileceği ve çocuğun en fazla ebeveynleri ile etkileşim içinde olması bu durumun nedenleri arasında gösterilebilir. Yapılan birçok araştırmada çocuk mizacının ebeveynlik stilleri ile ilişkilendirildiği görülmüştür. (Arabacıoğlu, 2019; Kahraman, Yılmaz Irmak, 2019; Tsoi, Wilson, Thikkurissy, 2018; Lee, Zhou, Eisenberg, 2013; Wittig, Rodriguez, 2019; Yoleri ve ark. 2017). Duygusal/davranışsal sorunlar ve duygu düzenleme %7,09'luk oranlarla ikinci sırada yer almaktadırlar. Duygu düzenleme ve duygusal/davranışsal problemler kişi tarafından dışarı yansıtılan ve mizaca göre değişebilen yapılar olarak görülmesi bu durumun sebebi olarak açıklanabilir. Yapılan birçok çalışmada mizaç konusunun duygusal davranışsal sorunlar ve duygu düzenleme ile ilişkilendirildiği görülmüştür (Kaya, 2020; Arı, Helin Yaban, 2016; Calkins, 2004).

Mizaç konusunda incelenen lisansüstü tezlerde yer alan önerilere bakıldığında en çok %14,46 daha geniş örneklem grubuyla çalışılması önerisine yer verilmiştir. İkinci sıra-

da ise %9,64 ile farklı demografik özellikler gösteren gruplarla çalışılması önerilmiştir. Mizaç ile ilgili özelliklerin daha objektif bir şekilde yorumlanabilmesi için daha geniş ve farklı demografik özellikler gösteren kitlelere ulaşılmasına ihtiyaç olması bu durumun nedeni olarak gösterilebilir. Yapılan birçok çalışmada benzer önerilere yer verildiği görülmüştür (Alamehmet, 2019; Arslan, 2020).

## SONUÇ

Bu çalışma Türkiye'de yürütülen 50 yüksek lisans, 11 doktora ve 9 tıpta uzmanlık tezinin verileriyle sınırlıdır. Mizaç konusunda hangi alanlarda ve konuda çalışmaya ihtiyaç duyulduğu ve hangi yöntemlerin kullanılması gerektiği hakkında bilgi vermektedir. Sonuçlar daha az çalışılan yaş grupları ve daha az kullanılan örneklem teknikleri hakkında bilgi vermektedir. Ayrıca listelenen önerilerin bu alanda çalışmayı planlayan araştırmacılara katkı sağlayacağı ve yol göstereceği düşünülmektedir. Yürütülen bu çalışmanın, gelecekte mizaç konusunda yapılacak araştırmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

*ARAL, N., TANRIBUYURDU., EF., TİR-YAKİ, AY., SAĞLAM, M., AYSU, B., (2015).* Türkiye'de Çocuk gelişimi alanındaki lisansüstü tezlerin incelenmesi, Ankara Sağlık Hizmetleri Dergisi,14(1): 7-16



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

**ARABACIOĞLU, B., (2019).** Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Okula Uyum Düzeyleri İle Ebeveyn Tutumları Ve Çocuğun Mizaç Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bursa Uludağ Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü

**ARI, M., HELİN YABAN, E., (2016).** Okulöncesi Dönemdeki Çocukların Sosyal Davranışları: Mizaç ve Duygu Düzenlemenin Rolü. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (H. U. Journal of Education) 31(1): 125-141

**ARSLAN, H., (2020).** 36-60 Aylık Çocuğu Olan Annelerin Tutumlarının Çocukların Gelişimi, Mizacı Ve Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi

**AYANOĞLU, M., BOĞA, E., KAY, M., İNCİ, R., TARKOÇİN, S., KAÇMAZ, C., vd. (2019).** Çocukluk Döneminde Görülen Duygusal Ve Davranışsal Sorunlarla İlgili Türkiye’de Yapılan Lisansüstü Tezlerin İncelenmesi. İnönü Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu Dergisi, 7(2): 196-210. DOI: 10.33715/Inonusaglik.654600

**AYDOĞDU, F., (2019).** Türkiye’de koruyucu aile uygulaması ile ilgili yapılmış lisan-

süstü tezlerin değerlendirilmesi. Social Sciences Studies Journal, 5(53): 7481-7489

**BÜYÜKÖZTÜRK, Ş., KILIÇ, Ç.E., AKGÜN, ÖE., KARADENİZ, Ş., (2016).** Demirel, F., Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri. 22. Baskı. Ankara, Pegem Yayınları: 80-100

**CALKİNS, S.D., (2004).** Temperament and emotional regulation: Multiple models of early development. In M. Beauregard (Ed.), Consciousness emotional self-regulation and the brain. Amsterdam, Netherlands: John Benjamins Publishing Company

**CAN YAŞAR, M., ARAL, N., (2011).** Türkiye’de okul öncesinde drama alanında yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi;1(22): 70-90

**CASPI, A., HENRY, B., MCGEE, R.O., MOFFİTT, T.E., SİLVA, P.A., (1995).** Temperamental Origins of Child and Adolescent Behavior Problems: From Age Three to Age Fifteen. Child Development, 66(1): 55–68

**CHESS, S., THOMAS, A., BİRCH, H., (1959).** Characteristics of the individual child’s behavioral responses to the envi-



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

ronment. American Journal of Orthopsychiatry, 29(4): 791–802

**CHESS, S., THOMAS, A., (1977).** Temperamental Individuality from Childhood to Adolescence. Journal of the American Academy of Child Psychiatry, 16(2): 218–226

**ÇAĞLAYAN, N., (2018).** Türkiye’de zihinsel engellilerde sanat eğitimi ile ilgili lisansüstü tezlerin incelenmesi. Anadolu Journal of Educational Sciences International; 8(2): 403-418

**ÇAKMAK, A., PEKTAŞ, D., (2020).** Duygusal Gelişim. Aral N. Temel F. (Ed.) Çocuk Gelişimi. Hedef Yayıncılık. Ankara: 264-290

**GOLDSMİTH, HH., (1996).** Studying Temperament via Construction of the Toddler Behavior Assessment Questionnaire. Volume67, Issue1 P. 218-235

**GOLDSMİTH, H. H., BUSS, A. H., PLOMIN, R., ROTHBART, M.K., THOMAS, A., CHESS, S., (1987).** What is temperament? Four approaches. Child Development, 58, 505 – 529

**GÜRSOY, F., AYDOĞDU, F., AYSU, B., ARAL, N., (2019).** Engelli çocuklarda oyun ile ilgili yapılan lisansüstü tezlerdeki eğilimler. Çocuk ve Gelişim Dergisi, 4(2): 44-57

**HENDERSON, H.A., MARSHALL, P.J., FOX, N.A., RUBİN, K.H., (2004).** Psychophysiological and Behavioral Evidence for Varying Forms and Functions of Nonsocial Behavior in Preschoolers. Child Development, 75(1): 251–263

**JOHNSON, B., CHRISTENSEN, L., (2014).** Eğitim Araştırmaları Nicel, Nitel ve Karma Yaklaşımlar. Budak İ. Budak A., (Çev.) Nicel, Nitel, Karma Araştırmalarda Örnekleme. 4. Baskıdan Çeviri. Ankara, Eğiten Kitap: 129-280

**KAÇMAZ, C., CUMURCU, H.B., (2020).** Türkiye’de internet bağımlılığıyla ilgili yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. Anatolian Journal of Health Research. 1(1): 7-13

**KAHRAMAN, H., YILMAZ IRMAK, T., (2019).** Çocuğun Mizacı ve Problem Davranışları: Ebeveyn Uygulamalarının Aracı Rolü. Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi, (48): 15-29

**KAPKIN, B., ÇALIŞKAN, Z., SAĞLAM, M., (2018).** Türkiye’de 1999-2017 yılları arasında değerler eğitimi alanında yapılmış lisansüstü çalışmaların incelenmesi. Değerler Eğitimi Dergisi, 16(35): 183-207



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

- KAYA, İ., (2020).** Okul Öncesi Dönemdeki Çocukların Fiziksel ve İlişkisel Saldırganlıklarının Mizaç Özellikleri ile İlişkisinin İncelenmesi. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 9 (5), 3361-3378.
- KAYTEZ, N., DURUALP, E., (2014).** Türkiye’de Okul Öncesinde Oyun ile İlgili Yapılan Lisansüstü Tezlerin İncelenmesi. Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 2014 (2): 110-122
- KILINÇ, M., UZUN, K., (2020).** Türkiye’de yaşam boyu öğrenme temalı 1980-2020 yılları arasında yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, 21(1): 701-743
- LEE, E. H., ZHOU, Q., EISENBERG, N., WANG, Y., (2013).** Bidirectional relations between temperament and parenting styles in Chinese children. International Journal of Behavioral Development, 37, 57–67
- LEVENT, F., KINIK, F.Ş.F., (2017).** Türkiye’de eğitim-öğretim alanında etik konusunda yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. İş Ahlakı Dergisi, 10, 99–114
- PRIOR, M., (1992).** Childhood temperament. Journal of Child Psychology and Psychiatry, 33, 249-279
- ROTHBART, M.K., (2007).** Temperament, development, and personality. Current Directions in Psychological Science, 16, 207–212
- ROTHBART M.K., DERRYBERRY, D., (1981)** Theoretical Issues in Temperament. In: Lewis M., Taft L.T. (eds) Developmental Disabilities. Springer, Dordrecht
- SAGLAM, M., (2016).** Türkiye’de çocuk hakları alanında yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. VIII. Uluslararası Eğitim Araştırmaları Kongresi, Çanakkale, Türkiye
- SANSON, A., ROTHBART, M.K., (1995).** Child temperament and parenting. In M. H. Bornstein (Ed.), Handbook of parenting: Vol. 4. Applied and practical parenting (pp. 299–321). Mahwah, NJ: Erlbaum
- THOMAS, A., CHESS, S., BIRCH, H.G., HERTZIG, M.E., KORN, S., (1963).** Behavioral individuality in early childhood. New York University Press
- THOMAS, A., CHEES, S., (1986).** The New York Longitudinal Study: From infancy to early adult life. In R. Plomin & J. Dunn (Eds.), The study of temperament: Changes, continuities, and challenges (pp. 39-52), Hillsdale, NJ; Erlbaum



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

**TRAWICK-SMITH J., (2017).** Early Childhood Development. Özgün Ö. (Çev.) Çocuk Gelişim Kuramları. Akman B. (Ed.) Bebeklikte Sosyal Ve Duygusal Gelişim. Nobel Akademi, Ankara

**TSOİ, AK., WILSON, S., THIKKURISSY, S., (2018).** A study of the relationship of parenting styles, child temperament, and operatory behavior in healthy children. J Clin Pediatr Dent.42:273-278

**YAŞAR, Ş., PAPTĞA, E., (2015).** İlkokul matematik derslerine yönelik yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 5(2): 113-124

**YILDIZ, E., SAĞLAM, M., (2017).** Türkiye’de yapılan lisansüstü çalışmalarda şiddet konusunun ele alınışı. Gümüş-

hane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 8(19): 72-84

**WITTIG, S.M.O., RODRIGUEZ, C.M., (2019).** Emerging behavior problems: Bidirectional relations between maternal and paternal parenting styles with infant temperament. Developmental Psychology, 55(6): 1199–1210

**YOLERİ, S., IŞIKOĞLU ERDOĞAN, N., TETİK, G., (2017).** Ebeveyn Tutumlarının Okul Öncesi Dönemdeki Çocukların Mizaç Özellikleri ile İlişkinin İncelenmesi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 0 (42): 226-239

**YAZAR NOTU: Bu çalışma ilgili yazar(lar) tarafından özet metin olarak 8. ULUSLARARASI KADIN ÇOCUK SAĞLIĞI VE EĞİTİMİ KONGRESİ’nde bildiri olarak sunulmuştur.**



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

## EXTENDED ABSTRACT

**Intruduction:** Temperament includes a form of educational emotional and behavioral behavior for an education fee. Temperamental patterns can be revived, you can start early, they are noticed and continue over time. It has a strong care in the human body. It seems to have continuity, and generality on temperament. In another way, in a given situation that person may recognize their upbringing without knowing it, as much as they can guess (Prior; 1992). There are several different views on the course or formation of temperament. Some argue that a person from the future has a source and because of the very early stage, he is almost out of anger or before he finishes with our school (Rothbart, Derryberry; 1981). If not some; These are because it is due to his temperament, therefore it can be seen; (2020). placement does not exclude one another within these theories. For example, it may appear in the early stages of emotional traits, may be stereotyped, characteristic of using personal energy, may have creativities, and may differ from coloration (1996). Temperament is the whole of emotion and thought that can be observed from infancy (Çaktaş; 2020). The same development is central to history and information about temperament. Buss and Polmin temperament inherited, defined as the infancy of these traits. Thomas and Chees are equally motivated and skilled as a group, such as a particular task or social activity; motor activities, consideration of moods, degrees of showing and showing off are prominently depicted in the shows. These characteristics also express the characteristics of temperament. Rothbart defined temperament as intervention, reaction and team based in the core world. It also means that his age can be observed as your personal taste. Golldsmith, on the other hand, emphasized and explained the definition of experiencing and experiencing arousal on temperament (Goldsmith et al; 1987). **Aim:** In this research, it is aimed to make thematic analyzes of studies on temperament from past to present in Turkey. In line with the analyzes made, it is planned to shed light on future studies by making a map of the areas with less studies in the literature, sampling technique, research types, study groups and recommended recommendations. **Method:** In this study, the thematic distributions of postgraduate theses on child and temperament in Turkey were examined using descriptive model and purposive sampling method. Postgraduate theses on child and temperament in Turkey from past to present, which can be accessed from the website of the National Thesis Center of the Higher Education Institution, were included in the study. As inclusion criteria; The criteria for accessing graduate theses in full text from the YÖK thesis database, being written in Turkish or English, accessing the theses by writing the keywords “child” and “temperament”, addressing the child temperament



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 11 – LOG: 06

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

and being related to child development were taken into consideration. Theses reached; types, their distribution by years, the language in which they were written, the field of study, the study group, the research method, the sampling technique, the suggestions on relationality and temperament. In order to create a data collection tool, at the first stage, the researches on the examination of postgraduate theses were examined. In this context, Aral et al. (2015) and Aya-noğlu et al. (2019) their studies were examined. In the second stage, a new form was developed by making use of these studies. Theses in this form; Types, distribution by years, access to the full or summary text, the language in which it was written, the branch of science in which it was written, the study group, the research method, the sampling technique, the suggestions on relationality and temperament were coded. **Findings and Results** : In this study, postgraduate studies on temperament between the years 1989-2021 in Turkey were examined. As 4 of the 102 theses reached in line with the examination were available as summary text, 13 of them were not related to child development and temperament, and 15 of them were excluded because they dealt with adult temperament. In total, the data of 70 theses were included in the study. When the findings obtained from the study are examined, the highest values reached are as follows: 71.43% of the studies are master studies. The highest number of studies were conducted between 2016-2021 with 65.71% and 64.29% were written in Turkish. Thesis studies were carried out under the umbrella of the psychology department with the highest rate of 44.29%. The most studied was with kindergarten children with 68.57% and the quantitative method was used with 85.71%. Simple/random sampling technique was used with a maximum of 52.86%. In terms of relationality or the subject studied, parenting styles/attitudes/characteristics were studied with the highest rate of 21.26%. Considering the study recommendations on temperament, it was recommended to work with a larger sample group with a maximum of 14.46%. This study is limited to the data of 50 master's, 11 doctorate and 9 medical specialization theses conducted in Turkey. It gives information about which areas and subjects need to work on temperament and which methods should be used. The results provide information about less studied age groups and less used sampling techniques. In addition, it is thought that the suggestions listed will contribute and guide the researchers who plan to work in this field. It is thought that this study will shed light on future research on temperament.



SPORCULARDA AŞIRI ANTRENMAN SENDROMU <sup>(1)</sup>

## OVERTRAINING SYNDROME IN ATHLETES

Hayrettin GÜMÜŞDAĞ<sup>1</sup>, Halit EGESÖY<sup>2</sup>, Ayşegül Y. ÖKSÜZOĞLU<sup>3</sup>, Gonca DEMİR<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Yozgat Bozok University, Faculty of Sports Sciences, Yozgat / Turkey

<sup>2-3</sup>Pamukkale University Faculty of Sports Sciences, Denizli / Turkey

<sup>4</sup>Çorum Hitit University, Graduate Education Institute, Çorum / Turkey

ORCID ID: 0000-0002-1616-86711, 0000 0003 1347 8647<sup>2</sup>, 0000-0003-4243-5507<sup>3</sup>,  
0000-0001-7899-2984<sup>4</sup>

**Öz: Amaç:** Çalışmamızın amacı aşırı antrenman yüklemesinin sporcularda etkisini ortaya koymaktır. Aşırı antrenman sendromu (sürantrenman) tanınması oldukça zor, sistemik ve karmaşık bir durumdur. Bu sendrom, antrenman yükünün bilinçsizce arttığı durumlarda performansta azalma, çabuk yorulma, uyku düzeninde bozulma, sosyal davranışlarda değişiklikler ile ortaya çıkar. Aşırı antrenman sendromunun oluşma hızını ve toparlanma süresini birçok faktör etkilemektedir. Bu faktörler sürekli yüklenme, yüklenme farklılığı, yüklenme toleransı ve toparlanmanın bir sonucudur. Antrenör hem antrenmanı hem de toparlanma sürecini iyi planlaması gerekir. Çünkü optimal performans, antrenman ve toparlanma arasındaki hassas dengenin sağlanmasına bağlıdır. **Yöntem:** Çalışmamız aşırı antrenman sendromu ile ilgili çalışmalardan bilgi verilmesi amacıyla elde edilen derlemedir. **Bulgular:** Literatürde aşırı antrenman belirtileri sempatik, parasempatik ve diğer belirtiler olmak üzere 3 başlık altında incelenmektedir. **Sonuç:** Aşırı antrenman sendromunu önlemek için takım performansına zarar veren olası etkilerinden kaçınmak gerekir. Antrenörler bunu toparlanma periyodu ile antrenman periyodunu değiştirerek kolaylaştırabilir. Bunun yanında hafif şiddette aerobik aktiviteler, masaj, sıcak ve soğuk banyolar, diyet, yeterli uyku ve psikolojik rahatlama gibi teknikleri kullanarak sporcusunun bu sendromdan kurtulmasına yardımcı olabilirler. **Öneri:** Beslenme, uyku ve istirahat düzeni, toparlanma çalışmaları (yenilenme), duygusal destek, oksijen uygulaması, ilaç, vs aşırı antrenman sendromunu tedavi edebilen etkenlerdir.

**Anahtar Kelimeler:** Aşırı Antrenman Sendromu (Sürantrenman), Sporcu, Performans

**Abstract: Aim:** The aim of our study is to reveal the effect of training overload on athletes. Overtraining syndrome (overtraining) is a very difficult, systemic and complex condition to diagnose. This syndrome occurs with decrease in performance, fatigue, deterioration in sleep patterns, and changes in social behavior when the training load increases unconsciously. Many factors affect the rate and recovery time of overtraining syndrome. These factors are the result of continuous loading, load differential, load tolerance and recovery. The coach needs to plan both the training and the recovery process well. Because optimal performance depends on maintaining the delicate balance between training and recovery. **Method:** Our study is a compilation obtained to provide information from studies on overtraining syndrome. **Findings:** In the literature, the symptoms of overtraining are examined under 3 headings as sympathetic, parasympathetic and other symptoms. **Conclusion:** In order to prevent overtraining syndrome, it is necessary to avoid possible effects that harm team performance. Trainers can facilitate this by changing the training period with the recovery period. In addition, they can help their athletes get rid of this syndrome by using techniques such as mild aerobic activities, massage, hot and cold baths, diet, adequate sleep and psychological relaxation. **Recommendation:** Nutrition, sleep and rest patterns, recovery efforts (regeneration), emotional support, oxygen administration, medication, etc. are the factors that can treat overtraining syndrome.

**Keywords:** Overtraining Syndrome, Athlete, Performance

10.17368/uhbab.2021.24.02

- (1) *Sorumlu Yazar, Corresponding Author: Hayrettin GÜMÜŞDAĞ "Prof. Dr.", Yozgat Bozok University, Faculty of Sports Sciences, Yozgat / Turkey, hgumusdag06@hotmail.com, Geliş Tarihi / Received: 07.04.2021, Kabul Tarihi / Accepted: 23.10.2021, Makalenin Türü: Type of Article: (Araştırma – Derleme; Research - Compilation) Çıkar Çatışması, Yok – Conflict of Interest, None, Etik Kurul Raporu veya Kurum İzin Bilgisi- Ethical Board Report or Institutional Approval, Yok / None*



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 02 – LOG: 03

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

## INTRODUCTION

Overtraining syndrome or overtraining, which is characterized by poor performance, occurs in athletes as a result of overloading without adequate rest during training. Overtraining syndrome (overtraining) is defined as a persistent chronic fatigue that lasts for weeks and a as a result permanent decrease in performance (Kentta and Hassmén, 1998). According to another definition, it is a pathological phenomenon of training, it is defined as the continuation of high-intensity and intense training while the athlete is in a state of fatigue, which occurs as a result of the imbalance of the load and recovery ratio (Bompa, 1986).

Overtraining occurs as a result of the combination of physiological factors and environmental stress factors that the athlete is exposed to. In order to increase performance in athletes, it is necessary to push the limits of loading every day / week, in a sense, it is necessary to include overload training. If these limits are not enforced, that is, the dose of the loadings is not increased and these loadings are not continued for a certain period of time, it will not be possible to increase the performance of the athletes. In addition, if the organism is not given enough time to recover during these loads, a physiological adaptation problem will be experienced in the organism of the athlete, which will cause a decrease in

the performance of the athlete, that is, the athlete will be overtrained. In order to increase the performance of the athletes, the trainers either do the exercises with overloads very often or they prefer to apply the high-intensity training programs every 3-4 days in order not to get caught in overtraining. It is stated that these practices are not a correct training approach. To reach the optimal performance level in athletes; it's about getting enough rest as well as training well. Most of the time, it is not insufficient training that is missing for optimal performance, on the contrary, it is training that does not give enough rest for the body to recover (Cadebiani and Kater, 2017; Halson, 2017).

Intense training creates great stress on the organism of the athletes. As a result of these trainings, fatigue occurs in the organism of the athletes, their energy stores are depleted, and the hormonal balances are disturbed for a certain period of time. Although all these changes are necessary to prepare the athletes for high-intensity loads and to ensure their performance development, the organism needs to renew itself for the next load, fill the empty stores and restore hormonal balances. This preparation should be done not only physiologically but also psychologically. If these preparations cannot be provided, it is not possible to get efficiency from the planned training. Achieving this delicate balance between training and

recovery is not an easy task for the trainer and the athlete (Kentta and Hassmén, 1998; Susta et al. 2017; Cadebiani and Kater, 2017). If the trainers cannot organize the loadings to be done in the trainings, the overloads in the days before the competition/competition will cause the athletes to get tired. If the athletes cannot be given enough time to recover before the competition, the athletes will have to leave the competition before completing the recovery process. This situation will cause the athletes to not be able to show their desired performance. In the branches where there are one or more competitions a year such as swimming, athletics, tennis and cycling, especially in the last days before the race, training with high intensity and without adequate

rest will mean that the training of the athletes for a year will be wasted. In branches such as football, volleyball and basketball, where competitions are held every week, excessive fatigue / exhaustion that occurs as a result of insufficient rest in the weekly training program will cause decreases in the performance of the athletes (Carfagno and Hendrix, 2014; Lewis et al. 2015).

Giving adequate rest between two workouts will result in an increase in the performance of the athletes (Figure 1). However, keeping this period longer or shorter than necessary will cause the expected performance to not be achieved in athletes (Figure 2).

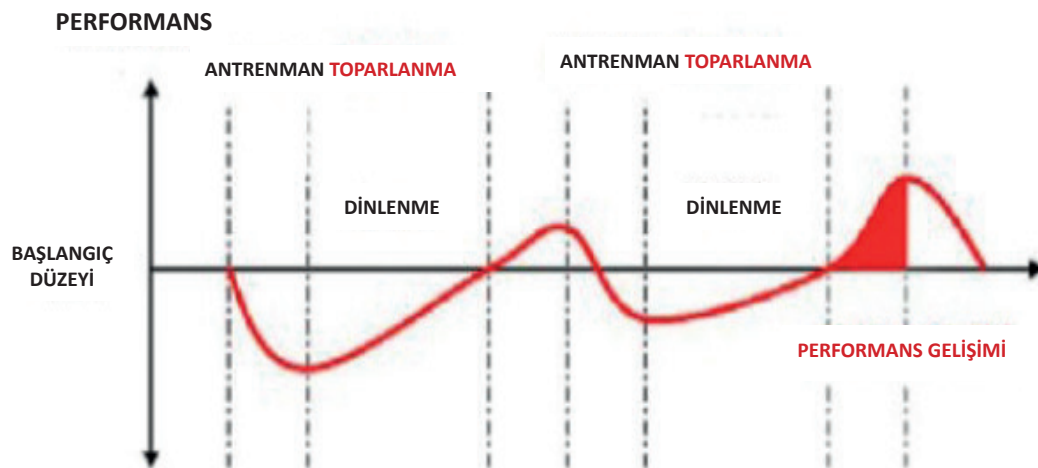


Figure 1. Performance Improvement Due to Adequate Rest After Loads (Kentta and Hassmén, 1998)



**Figure 2. Performance Decline Due to Insufficient Rest and Formation of Overtraining Syndrome (Kentta and Hassmén, 1998)**

In general training programming, the rest period is often kept relatively long after high-intensity training and shorter after low-intensity training (Bompa, 1986).

Overtraining syndrome (overtraining) is a very difficult, systemic and complex picture to diagnose. This syndrome manifests itself with a decrease in performance, fatigue, deterioration in sleep patterns, and changes in social behavior when the training load remains constant or increases. The most important factor in its recognition and prevention is the awareness of both the athlete and the auxiliary personnel around him (trainer, conditioner, physiotherapist, masseur, etc.). Because there is no single laboratory parameter or physical examination finding for a definitive di-

agnosis. Monitoring the variables related to the training program is critical for follow-up and prevention. Accompanying muscle pain, sleep quality, external factors causing stress, etc. should be recorded. Improvement; requires a multi-faceted approach that includes nutrition, sleep and rest, and emotional support (Dinçer and Ertuna, 2020).

## LITERATURE STUDIES

When the literature on the subject is examined, very clear data could not be revealed in the studies due to the fact that the studies were conducted with small sample groups using different diagnostic criteria. Again, according to the findings of the studies, it has been reported that athletes have encountered this syndrome at least once in their sports his-



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 02 – LOG: 03

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

tory at different rates such as 5-64%.

The findings obtained from the studies are listed as follows;

- Athletes experience overtraining syndrome more frequently in endurance sports such as cycling, long runs, swimming and rowing, where the body is under extreme stress for a long time.
- This syndrome increases in parallel with the skill level of the athletes.
- Previous syndromes in the sports history increase this risk.
- The incidence is higher in younger female athletes (Carfagno and Hendrix, 2014).

## DAILY MONITORING of the ORGANISM

In the daily, weekly, monthly or even annual training program, the coach often cannot successfully plan how much time should be spent for rest for the ideal recovery process of the athletes. What needs to be done here is the daily monitoring of the athlete's organism. In this sense, how can the trainer check whether the athlete is overtraining or resting enough? should be able to answer the question. If the coach has sufficient equipment and experience in this regard and knows the athlete very well, it is possible to answer this question at certain rates.

Although it is easily affected by many factors such as psychological state, diet, body fluid balance, temperature and humidity of the air, and sleep patterns, the easiest and cheapest tracking method is to measure the athlete's heart rate during training and resting. Here it is suggested to do something like this; As a trainer, measure and record your athlete's resting heart rate when he wakes up in the morning, without getting out of bed. Then ask your athlete to stand up. Measure your athlete's heart rate again while standing and record both values and the difference between them. In your daily follow-ups, if the measured values of your athletes in bed are 6-8 beats higher than the previous values and/or if the measurement difference between bed and standing is 8 and above in a few consecutive days, this means that your athletes are not resting enough. The fact that your athlete responds to a training with the same intensity with a higher heart rate than the previous heart rate may be an indication that he has not rested enough. Athletes' high heart rate can be a result of high-intensity training, as well as a result of irregular life (Williams et al. 2017).

The trainer needs to know how much rest is needed for an ideal recovery process after a high-intensity training. Studies on the subject have reported that 70% of the athletes' muscle stores in the first 6 hours following the



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 02 – LOG: 03

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

training, and the remaining 30% within 6-24 hours, can be filled with good nutrition. It is stated that this process can extend up to 48 hours following endurance activities. The organism will be ready for a new load, often 36 hours after a high-intensity workout (Kentta and Hassmén, 1998).

### SCIENTIFIC FINDINGS of OVER-TRAINING

In case of overtraining, the determination of this should have a scientific basis. It is very important to reveal such a syndrome with the following valid and reliable scientific tests. These tests are;

- Complete blood tests
- Application of physical fitness measurement tests
- It can be applied as body analysis by anthropometric measurement (Kentta and Hassmén, 1998).

### CAUSES of OVERTRAINING

Many factors affect the rate of overtraining and recovery time. These factors are almost always the result of loading, loading differential, loading tolerance, and regeneration. If the athlete continues to play or train under particularly difficult conditions, he may experience a collapse. The athlete should be followed closely and intervened immediately

in case of a possible syndrome.(Kentta and Hassmén, 1998).

The reasons for overtraining are examined under 3 headings. These;

### KEY STRESS FACTORS

- Hormonal changes (affecting our heart, lung and muscle functions)
- Metabolic changes (affecting the fuel system)
- Changes in the immune system
- Release of stress hormones
- Changes related to psychological adaptation

### FACTORS RELATED to TRAINING

- Doing a lot of, frequent and high-intensity training
- Constantly the same workouts
- Loads in team camps
- Performance edition
- Long competition phases
- Extra loads outside the training program
- Insufficient regeneration



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 02 – LOG: 03

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

## OTHER FACTORS

- Insufficient fluid consumption
- Sleep disorders, not getting enough sleep
- Irregular nutrition
- Unnecessary and high amount of ergogenic aids
- Expectations from the athlete
- Deterioration of the relationship of trust with the coach
- Unrealistic goals
- Diets for losing competitive weight
- Cold and hot environment
- Early and heavy training following upper respiratory tract infections and infection
- It can be explained as menstrual irregularities in female athletes (Hawley et al. 2003; Meeusen et al. 2013).

## OVERTRAINING SYMPTOMS

In the literature, the symptoms of overtraining are examined under 3 headings as sympathetic, parasympathetic and other symptoms. These;

## SYMPATHETIC SYMPTOMS

Sympathetic symptoms are more common.

- Irritability

- Increase in heart rate
- Excessive sweating
- state of restlessness
- Increase in body temperature
- Increased respiratory rate during exercise
- Increase in blood pressure
- Prolongation of the time to return to resting heart rate after exercise
- Agitation

## PARASYMPATHETIC SYMPTOMS

Parasympathetic changes are less common. However, its incidence is higher in aerobic sports and experienced athletes. These changes can sometimes occur without overloading.

- Depression status
- Decreased motivation
- Decreases in resting heart rate and blood pressure

## WHAT are the OTHER SYMPTOMS?

- Weight loss
- Lack of concentration,
- Muscles become sore, stiff and heavy
- Anxiety
- Not being able to wake up with enough



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 02 – LOG: 03

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

rest, etc. can be exemplified by situations.  
(Meeusen et al. 2013; Lewis et al. 2015).

## ELIMINATION of OVERTRAINING

A great deal of information about fatigue and overtraining is obtained after the negative effects of athletes appear. To avoid overtraining, it is necessary to do more and avoid its potential detrimental effects on team performance. Coaches can facilitate this by changing the training period with the recovery period. Light aerobic activities can help athletes recover from fatigue more quickly, replenish their energy stores, and rest mentally and physically. Players must be allowed to fully recover during the training period and between matches. Because athletes respond to and recover differently the same training intensity, coaches should record personal daily training data and become familiar with the athlete's response to training. This practice should be included in the training year as a mechanism that provides feedback in terms of intensity and severity while preparing the annual plan (Meeusen et al. 2013; Carfagno and Hendrix, 2014).

## TREATMENT of OVERTRAINING

When an athlete overtrains, training should be stopped immediately or his form changed. In such cases, the coach, doctor or training scientist should immediately identify this situation and the player should be protected

from other sources of stress as much as possible. Reducing the training intensity will be effective in solving such a problem. However, in many overtraining situations, abrupt cessation of training may be harmful to the athlete accustomed to overloads, so active rest should be done with low-load aerobic exercises (Hawley et al. 2003). In addition, a diet program prepared by a dietitian will help facilitate the correction of overtraining in the athlete. E.g; It is known that the consumption of carbohydrates along with fat and protein increases the level of melatonin (the hormone that determines biorhythm), which regulates sleep patterns. Recovery techniques can be an effective remedy when consistently high-intensity and high-volume competition causes overtraining. Players should continue to receive support from a nutritionist, sports doctor and a psychologist in addition to professional advice (Kentta and Hassmén, 1998; Cadeiani and Kater, 2018).

## CONCLUSION and RECOMMENDATIONS

Overtraining syndrome, or overtraining, is a problem that almost every athlete can encounter. High-intensity training creates fatigue on athletes. It will be possible for the athletes to get rid of this intensity only with a good recovery. As the trainer plans the training well, he also needs to plan the recovery process well. Because optimal performance depends





UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 02 – LOG: 03

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

on the delicate balance between training and recovery. For this reason, establishing a good balance between training and recovery forms the basis of an effective training program that will increase performance.

As a result, reaching the optimal performance level in athletes; it's about getting enough rest as well as training well. Most of the time, it is not insufficient training that is missing for optimal performance, on the contrary, it is training that does not give enough rest for the body to recover.

## REFERENCES

**BOMPA, T.O., (1986).** Theory and Methodology of Training. *IOWA*. 84-87

**CADEGIANI, F.A., KATER, C.E., (2017).** Hormonal Aspects of Overtraining Syndrome: A Systematic Review. *BMC Sports Sci Med Rehabil*. 9:14

**CADEGIANI, F.A., KATER, C.E., (2018).** Body Composition, Metabolism, Sleep, Psychological and Eating Patterns of Overtraining Syndrome: Results of the EROS Study (EROS-PROFILE) *J Sports Sci*. 36(16): 1902–1910. doi: 10.1080/02640414.2018.1424498

**CARFAGNO, D.G., HENDRIX, J.C., (2014).** Overtraining Syndrome in the Athlete: Current Clinical Practice. *Curr Sports Med Rep*. 13(1):45-51

**DİNÇER, Ş., ERTUNA, A., (2020).** Overtraining Syndrome. *Journal of Sports Medicine*, 55(1): 61-68. *Turkish Journal of Sports Medicine*. DOI: 10.5152/tjism.2020.161

**Halson, S., (2017).** Overtraining Syndrome in Athletes. in: O'Connor FG, Grayzel J, Eds. Uptodate. Retrieved from <https://www.uptodate.com/contents/overtrainingsyndrome-in-athletes>

**HAWLEY, C.J., SCHOENE, R.B., HARMON, K.G., et al., (2003).** Overtraining Syndrome: A Guide to Diagnosis, Treatment, and Prevention. *Phys Sportsmed*. 31(6): 25-31

**KENTTA, G., HASSMÉN, P., (1998).** Overtraining and Recovery; A Conceptual Model, *Sports Med Jul*; 26 (1): 1-16

**LEWIS, N.A., COLLINS, D., PEDLAR, C.R., et al., (2015).** Can Clinicians and Scientists Explain and Prevent Unexplained Underperformance Syndrome in Elite Athletes: An Interdisciplinary Perspective And 2016 Update. *BMJ Open Sport Exerc Med*. 1(1): e000063

**MEEUSEN, R., DUCLOS, M., FOSTER, C., et al., (2013).** Prevention, diagnosis, and treatment of the overtraining syndrome: joint consensus statement of the European College of Sport Science and



UHBAB

www.uhbabdergisi.com.tr

Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Ekim / Kasım / Aralık – Kış Dönemi Sayı: 24 Yıl:2021

International Refereed Journal of Humanities and Academic Sciences

October / November / December – Winter Period Number: 24 Year: 2021

ISSN Print: 2147-4168 Online 2147-5385

ID: 02 – LOG: 03

(ISO 18001-OH-0090-13001706 / ISO 14001-EM-0090-13001706 / ISO 9001-QM-0090-13001706 / ISO 10002-CM-0090-13001706)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/03947-2015-GE-17304)

the American College of Sports Medicine. Med Sci Sports Exerc. 45(1): 186-205

**SUSTA, D., DUDNİK, E., GLAZACHEV, O.S., (2017).** A Programme Based on Repeated Hypoxia–Hyperoxia Exposure and Light Exercise Enhances Performance in Athletes With Overtraining

Syndrome: A Pilot Study. Clin Physiol Funct Imaging. 37(3): 276-81

**WILLIAMS, S., BOOTON, T., WATSON, M., et al., (2017).** Heart Rate Variability is a Moderating Factor in the Workload Injury Relationship of Competitive Crossfit Athletes. J Sports Sci Med. 16(4): 443-9

## ABOUT

“INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL OF HUMANITIES AND ACADEMIC SCIENCES” has started to publish articles as of 2012. Our journal includes valuable and qualified articles which will provide sources for the literature. Our journal is an international refereed journal, and published **QUARTERLY** in a year. The issues of our journal are published on **MARCH, JUNE, SEPTEMBER and DECEMBER**. Both online and printed versions of the journal are available. **In our journal, it is aimed to provide readers and researchers with studies in the field of Social and Human Sciences in order to support and contribute to the literature.** Editors-in-Chief of the journal are **Prof. Dr. Ayhan AYTAÇ, Prof. Dr. Asuman Seda SARACALOĞLU and Prof. Dr. Gülten HERGÜNER** and the journal carries out its activities in accordance with the decisions taken by the Executive Board of the journal. Editors-in-Chief are the members of the board who has the highest rank, and decisions taken by 51% of executive board are implemented. Each submitted article is approved by two referees who are experts in their fields, and is expected to be granted with positive opinions of referees as to being eligible for publishing. Within the same issue, single article of the author is published. This situation may vary according to the requests and suggestions of the editors and editorial board. The decision in this direction belongs unilaterally to the editors-in-chief. On the other hand, studies of the same author (s) (studies that have been approved by the referee and the board of directors) are listed and published in progressive issues. No author has any kind of power on referees and executive board. **Copy right agreement** is not demanded for articles which have been uploaded to the system for publishing. Rights of articles which have been uploaded to the system are considered to be transferred to the journal. Author or authors are regarded to have agreed on this and have been included in this system by committing to act in accordance with the publishing conditions of the journal.

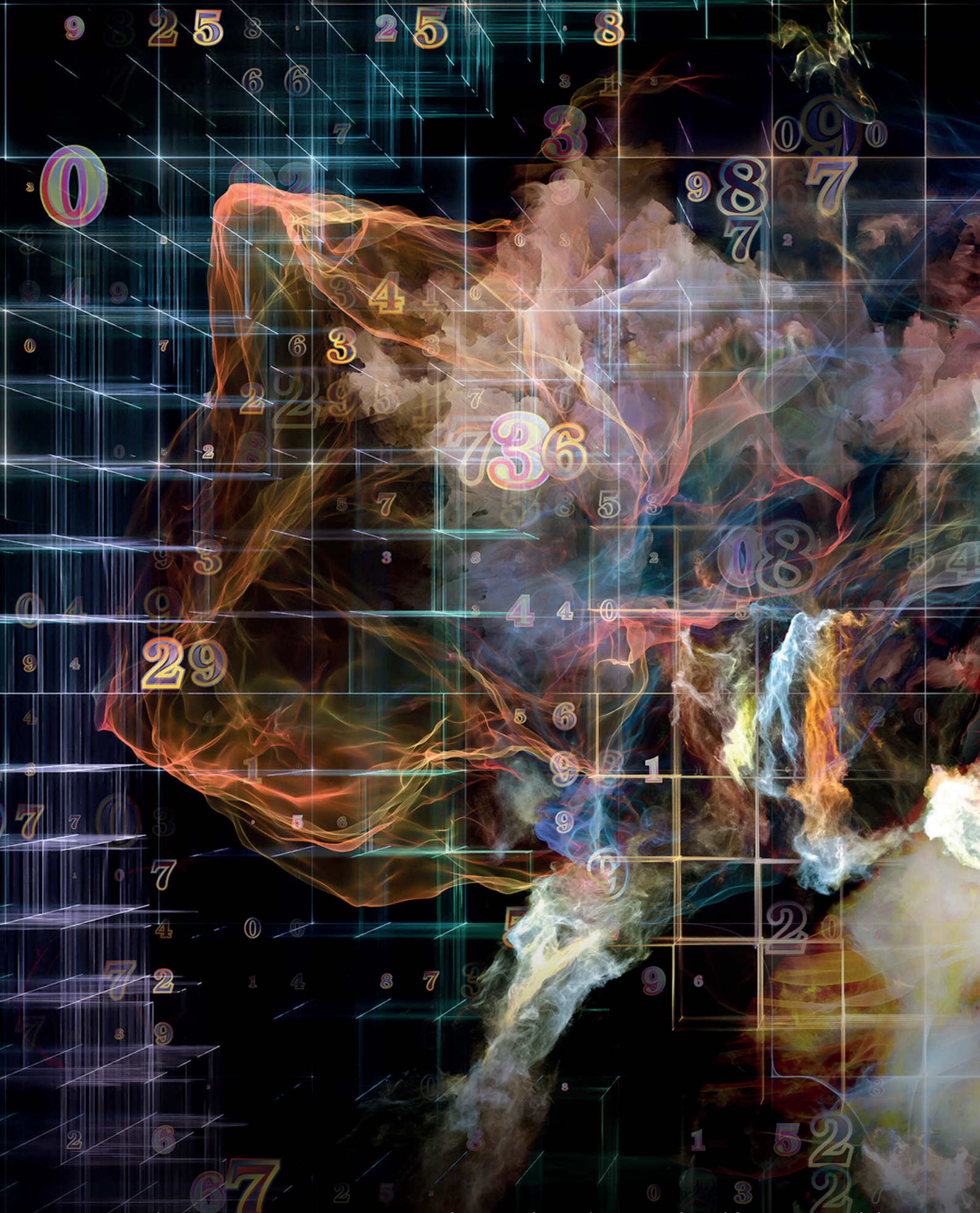
Academicians and researchers who would like to become a member of referees and scientific boards of the journal are required to hold Ph. D. degree and be granted with the title of Doctor and to be experts in their fields. In addition, one of the conditions is to have carried out scientific studies. No one who has not published works in his/her field and does not have the titles of Doctor or Expert cannot become a member of referees and advisory boards. Executive board of the journal is the senior decision and executive mechanism of the journal. Each and every decision of the executive board is absolute and irreversible. Without the decision of the executive board, nothing can be carried out or performed under no circumstance. The Editors-in-Chief of the journal can decide on whether works which have not been sent to the approval of referees can be accepted or not, whether they can be included in the process of referees' approval. Editors-in-Chief do not have to inform the executive board on this process. Executive board is

the single body which takes decisions regarding the participation of scientists in the referees, scientific and advisory boards of the journal.

In our journal, special issues can be prepared for works which have been presented orally in some national or international congresses and which have been approved by a referee. Such special issues are just valid for oral presentations in agreed congresses. Such works have to be approved by scientific board of the congress and evaluated by referees. No work can be published without referee assessment and approval. Works which are sent for publishing are submitted to referees for their approvals. Works which are evaluated positively by the two referees are published. In addition, printed versions of the orally-presented works and their referee approval reports should be submitted to executive board of the journal as well as the editors-in-chief. Works lacking this information and printed material cannot be accepted for our journal. Information regarding the process are provided for author and authors in a written format in the web page of the journal. Each author who registers to our journal and logins the system can follow up the process on the web page of the journal. All conditions and principles are eligible and same for each and every author. These conditions and rules cannot be changed for anyone. Any change or difference cannot be requested. Works sent to be published in the journal have to be related to the fields that the journal accepts. If a work does not hold such features, it is not published in the journal. Procedure regarding refereeing process is under the control of editor-in-chief. Editor-in-chief has the authority to decide on the procedure of refereeing process for a work. A work which has not been found appropriate or not been accepted by the editor-in-chief cannot be included in the refereeing process of the journal. Under such circumstances, author or authors cannot form any liability for the journal and other bodies. Even if a work is approved by a referee or accepted in the system to be published, its publication can be cancelled due to negative opinion of editors or executive board regarding the publication of the work or related decision of the boards. Under such cases, author or authors cannot impose sanctions on the journal. Any kind of authority belongs unilaterally to the executive and executive boards of the journal.

Our journal acts in accordance with Law numbered “5846” on Intellectual and Artistic Works and its provisions within the frame of Turkish Republic legal rules. Our journal has the right to protect its legal rights unilaterally against author or authors who do not fulfil the necessities of this law. Author or authors are held responsible unilaterally regarding quotations which are not in accordance with related rules, and plagiarism. Ethics board report is mandatory in research and applied studies. Studies without ethics board report cannot be accepted even if they have received referee’s approval. Author or authors cannot claim any right on this matter. On this matter, any institution, individual or other authorities cannot impose sanction on the journal. Each and every author has to obey international academic, scientific and ethical rules. Our jour-

nal informs related institutions or organizations directly and formally about authors who do not obey the rules. In studies which are prepared by utilizing PhD, MA/MS and Expertise theses, studies that have been utilized have to be definitely stated under the title of bibliography or abstract. Otherwise, such studies cannot be regarded as ethical and evaluated within the frame of plagiarism. In MA/MS and Expertise theses, name of the author of the original study has to be stated. If different author names exist in such studies, the contributions of the authors to the study have to be clearly stated in the bibliography. Our journal has both online and printed versions. Our journal, as a material including academically-prepared studies, is a social organ which provides services to the society in order to provide benefits to institutions and individuals which carry out scientific studies. Our journal does not charge any fee thus does not have to send printed material to author/authors. Page-setting of the works which have been accepted and granted to be published in our journal is carried out according to the journal's publication and writing rules, and then uploaded to the system. Works can be downloaded from the system by author/authors and readers so that their needs are met. Page-setting is performed by authors based on the sample work provided for them.



## UHBAB - Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi

Kayaşehir Mah. Evliya Çelebi Cad. Başakşehir Emlak Konutları  
1/A D Blok Kat: 4 Daire: 29 Başakşehir, İstanbul, Türkiye  
Tel: +90 212 801 40 61 Fax: +90 212 801 40 62  
info@guvenplus.com.tr