

Sporun Sosyal Yönden Pazarlanmasına İlişkin Tutum Ölçeği

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *Sporun Sosyal Yönden Pazarlanmasına İlişkin Tutum Ölçeği*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=31114>

Öz

Sporun Sosyal Yönden Pazarlanmas?na ?li?kin Tutum Ölçe?i, bireylerin sporun sosyal amaçlar do?rultusunda kullan?m?na ve bu alandaki pazarlama stratejilerine yönelik sahip olduklar? **tutumlar?** ölçmek amacıyla geli?tirilmis? **psikometrik** bir araçtır. Ölçek, sporun yalnızca ticari bir faaliyet olmanın ötesinde, toplumsal fayda, halk sa?lığı ve davran?? de?i?ikliği gibi sosyal hedeflere ulaşmada bir araç olarak kullan?lmas?na dair algular? de?erlendirmektedir. Bu ölçek, H. Ünal ve S. Mengütay tarafından 2009 yılında geli?tirilmiş olup, yüksek düzeyde iç tutarlılık ve **yap? geçerliliği** göstermektedir.

Geliştirme aşamasında 55 maddeden oluşan ölçek, gerçekleştirilen **faktör analizi** sonucunda 40 maddeye düşürülmüştür. Elde edilen veriler, aracın sporun **sosyal pazarlanmas?** bağlamındaki tutumlar? güvenilir ve geçerli bir şekilde ölçebildiğini kanıtlamaktadır.

Anahtar Kelimeler

Sosyal Pazarlama, Spor Yönetimi, Tutum Ölçe?i, Ölçek Geliştirme, Psikometrik Özellikler, Yap? Geçerliliği, Cronbach Alfa

Yazarlar

Hakan Ünal, S. Mengütay

Amaç

Bu ölçeğin temel amacı, bireylerin sporu, **toplumsal fayda** ve davran?? de?i?ikliği hedefleri için bir platform olarak kullanmaya yönelik alguların? ve e?ilimlerini nicel olarak ölçmektir. Sporun sosyal pazarlanmas?, genellikle sigara bırakma, sağlığı ya?am veya çevre bilinci gibi sosyal sorumluluk konuların? teşvik etmek için sporun çekiciliğini kullanmayı içerir.

Ölçek, bu alanda çalışan akademisyenlere ve uygulayıcılara, hedef kitlenin sosyal pazarlama mesajlarına karşı gösterdiği tepkileri ve tutum düzeylerini belirlemede standartlaştırm?? ve güvenilir bir araç sunmayı hedeflemektedir. Bu sayede, sosyal pazarlama kampanyaların? etkinliği artırılabilir.

Yap?/Kavram

Sporun Sosyal Yönden Pazarlanmas?na ?li?kin Tutum Ölçe?i, bireylerin sporu sosyal amaçlar için kullanma fikrine karşı geli?tirdikleri duygusal, bilişsel ve davran??sal e?ilimler bütünü (tutum) ölçer. Ölçülen bu **yap?**, sosyal pazarlama teorisi çerçevesinde ele alınmaktadır.

Kavramsal olarak, tutumlar üç ana bile?enden olu?ur: bili?sel (bilgi ve inançlar), duyu?sal (duygular ve hisler) ve davran??sal (eylem e?ilimi). Bu ölçek, kat?il?mc?lar?n spor aktivitelerinin sosyal sorunlar?n çözümüne katkıda bulunma potansiyeline ne kadar inand?klar?n? ve bu tür giri?imleri ne ölçüde desteklediklerini belirlemeye odaklanm??t?r.

Geçerlik

Ölçe?in **yap? geçerlili?i**, madde puanlar?n?n faktör analizine tabi tutulmas?yla kan?tlanm??t?r. Analiz öncesinde 55 madde bulunan taslak ölçek, faktör yap?s?na uygunlu?u sa?lamak amac?yla 15 maddenin ç?kar?lmas?yla 40 maddeye indirilmi?tir. Bu süreç, kalan maddelerin ölçülmek istenen tek bir yap?y? temsil etti?ini göstermi?tir.

Ayr?ca, ölçme arac?ndaki maddeler ya da alt boyut toplam puanlar? ile ölçek toplam puanlar? aras?ndaki manidar **korelasyon katsay?lar?**, ölçe?in iç tutarlılık yoluyla geçerlili?inin önemli bir göstergesi olarak kabul edilmi?tir. Maddelerin ço?unlukla ayn? yönde bir ay?r?m yapm?? olmas?, arac?n yüksek iç tutarlılı?a sahip oldu?unu ve dolay?s?yla yap? geçerlili?ine katkı sa?lad???n? i?aret etmektedir. Çal??ma, 150 ki?ilik bir örneklem üzerinde gerçekle?tirilmi?tir.

Güvenirlik

Sporun Sosyal Yönden Pazarlanmas?na ?li?kin Tutum Ölçe?i'nin güvenilirli?i, iç tutarlılık katsay?s? olan **Cronbach Alfa** de?eri hesaplanarak de?erlendirilmi?tir. Bu analiz sonucunda Cronbach Alfa de?eri yüksek düzeyde, 0.973 olarak bulunmu?tur.

Genel kabul görmü? psikometrik standartlara göre, 0.70 üzerindeki Cronbach Alfa de?erleri yeterli güvenilirli?i gösterirken, 0.90 üzerindeki de?erler mükemmel iç tutarlılı?a i?aret eder. Ölçe?in 0.973 gibi oldukça yüksek bir de?ere sahip olmas?, maddelerin tutarlı bir ?ekilde ayn? kavram? ölçtü?ünü ve ölçüm sonuçlar?n?n yüksek derecede güvenilir oldu?unu kan?tlamaktadır.

Faktör Analizi

Ölçe?in yap? geçerlili?ini test etmek amac?yla madde puanlar? **faktör analizine** tabi tutulmu?tur. Ba?lang?çta 55 maddeden olu?an taslak ölçek, analitik süreçler sonucunda yap?ya en az katkı sa?layan veya bini?ik yükler gösteren maddelerin belirlenmesiyle revize edilmi?tir.

Elde edilen verilerin faktör analizi sonucunda, ölçekten toplam 15 madde ç?kar?lm??t?r. Bu eleme, ölçe?in daha saf ve teorik yap?yla daha uyumlu hale gelmesini sa?lam??t?r. Nihai olarak 40 maddeden olu?an ölçek, sporun sosyal pazarlanmas?na yönelik tutum yap?s?n? temsil eden alt boyutlara ayr?lm??t?r (Alt boyut bilgileri kaynakta detaylıca incelenmelidir).

Ölçme Arac?

Test Türü: Geli?tirme (Developmental Scale)

Format: Derecelendirme format? 5'li **Likert** tipindedir. (1= Kesinlikle Kat?lm?yorum - 5= Kesinlikle Kat?l?yorum)

Mevcut Diller: Türkçe

Popülasyon Grubu: Üniversite ö?rencileri ve sporla ilgili alanlarda çal??an/ilgi duyan bireyler.

Ya? Grubu: Yeti?kin (Çal??ma 150 ki?ilik örneklem üzerinde yap?lm??t?)

Popülasyon Detaylar?: Çal??ma, güvenirlik ve geçerlilik analizleri için 150 ki?ilik bir örneklem üzerinde yürütülmü?tür.

Test Metodolojisi: Öz-bildirim ölçe?i. Kat?l?mc?lar, sporun sosyal pazarlanmas? ile ilgili ifadelere 5 dereceli Likert skalas?na göre kat?lma düzeylerini belirtirler.

?zinler, Ücret ve Test Y?I?

Ölçek, 2009 y?l?nda H. Ünal ve S. Mengütay taraf?ndan geli?tirilmi?tir. Ölçe?in kullan?m? ve izin ko?ullar? hakk?nda bilgi almak için sorumlu yazar ile ileti?ime geçilmesi gerekmektedir.

Sorumlu Yazar ?leti?im Bilgisi: hakan@mu.edu.tr

Ölçe?in orijinal makalesine bu ba?lant?dan ula??labilir: j-humansciences.com

Ölçe?in orijinal PDF belgesi buradan indirilebilir: sporun-sosyal-yonden-pazarlanmasina-iliskintutum-olceg-toad.pdf

Kaynaklar

Ünal, H. ve Mengütay, S. (2009). Sporun sosyal yönden pazarlanmas?na yönelik tutum ölçe?i geli?tirme. *Uluslararası ?nsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 252-262.

Sporun Sosyal Yönden Pazarlanmas?na ?li?kin Tutum Ölçe?i Maddeleri

ÖNEML?: Orijinal kaynak içerikte ölçe?in maddeleri (ifadeleri) sa?lanmam??t?r. Kullan?c?lar?n ölçek maddelerine ula?mak için yukar?da belirtilen kaynak makaleye ba?vurmalar? gerekmektedir.

Ölçek, faktör analizi sonucunda toplam 40 maddeden olu?maktadır ve 5'li Likert format?nda derecelendirilmektedir.