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

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Sporun Sosyal Yönden Pazarlanmas?na ?li?kin Tutum Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=31114

ARABPSYCHOLOGY.COM

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 amac?yla geli?tirilmi? **psikometrik** bir araçt?r. Ölçek, sporun yaln?zca ticari bir faaliyet olman?n ötesinde, toplumsal fayda, halk sa?l??? ve davran?? de?i?ikli?i gibi sosyal hedeflere ula?mada bir araç olarak kullan?lmas?na dair alg?lar? de?erlendirmektedir. Bu ölçek, H. Ünal ve S. Mengütay taraf?ndan 2009 y?l?nda geli?tirilmi? olup, yüksek düzeyde iç tutarl?l?k ve **yap? geçerlili?i** göstermektedir.

Geli?tirme a?amas?nda 55 maddeden olu?an ölçek, gerçekle?tirilen **faktör analizi** sonucunda 40 maddeye dü?ürülmü?tür. Elde edilen veriler, arac?n sporun **sosyal pazarlanmas?** ba?lam?ndaki tutumlar? güvenilir ve geçerli bir ?ekilde ölçebildi?ini kan?tlamaktad?r.

Anahtar Kelimeler

Sosyal Pazarlama, Spor Yönetimi, Tutum Ölçe?i, Ölçek Geli?tirme, Psikometrik Özellikler, Yap? Geçerlili?i, Cronbach Alfa

Yazarlar

Hakan Ünal, S. Mengütay

Amaç

Bu ölçe?in temel amac?, bireylerin sporu, **toplumsal fayda** ve davran?? de?i?ikli?i hedefleri için bir platform olarak kullanmaya yönelik alg?lar?n? ve e?ilimlerini nicel olarak ölçmektir. Sporun sosyal pazarlamas?, genellikle sigara b?rakma, sa?l?kl? ya?am veya çevre bilinci gibi sosyal sorumluluk konular?n? te?vik etmek için sporun çekicili?ini kullanmay? içerir.

Ölçek, bu alanda çal??an akademisyenlere ve uygulay?c?lara, hedef kitlenin sosyal pazarlama mesajlar?na kar?? gösterdi?i tepkileri ve tutum düzeylerini belirlemede standartla?t?r?lm?? ve güvenilir bir araç sunmay? hedeflemektedir. Bu sayede, sosyal pazarlama kampanyalar?n?n etkinli?i art?r?labilir.

Yap?/Kavram

Sporun Sosyal Yönden Pazarlanmas?na ?li?kin Tutum Ölçe?i, bireylerin sporu sosyal amaçlar için kullanma fikrine kar?? geli?tirdikleri duygusal, bili?sel ve davran??sal e?ilimler bütününü (tutum) ölçer. Ölçülen bu **yap?**, sosyal pazarlama teorisi çerçevesinde ele al?nmaktad?r.

ARABPSYCHOLOGY.COM

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?l?mc?lar?n spor aktivitelerinin sosyal sorunlar?n çözümüne katk?da bulunma potansiyeline ne kadar inand?klar?n? ve bu tür giri?imleri ne ölçüde destekliklerini 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 tutarl?l?k 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 tutarl?l??a sahip oldu?unu ve dolay?s?yla yap? geçerlili?ine katk? 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 güvenirli?i, iç tutarl?l?k 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 güvenirli?i gösterirken, 0.90 üzerindeki de?erler mükemmel iç tutarl?l??a i?aret eder. Ölçe?in 0.973 gibi oldukça yüksek bir de?ere sahip olmas?, maddelerin tutarl? bir ?ekilde ayn? kavram? ölçtü?ünü ve ölçüm sonuçlar?n?n yüksek derecede güvenilir oldu?unu kan?tlamaktad?r.

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 katk? 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 detayl?ca incelenmelidir).

ARABPSYCHOLOGY.COM

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?r.)

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?l?

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-iliskin-tutum-olceg-toad.pdf

Kaynaklar

Ünal, H. ve Mengütay, S. (2009). Sporun sosyal yönden pazarlanmas?na yönelik tutum ölçe?i geli?tirme. *Uluslararas? ?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?maktad?r ve 5'li Likert format?nda derecelendirilmektedir.

ARABPSYCHOLOGY.COM