



Uluslararası spor organizasyonlarında görev alan gönüllülerin kişilik özellikleri ve spor tüketimleri arasındaki ilişki

Tolga VURAL¹ , Gözde ALGÜN DOĞU² 

¹Gençlik ve Spor Bakanlığı, Ankara, Türkiye

²Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Ankara, Türkiye

Araştırma Makalesi/Research Article	DOI: 10.5281/zenodo.10404493
Gönderi Tarihi/Received: 15.07.2023	Kabul Tarih/Accepted: 17.11.2023
	Online Yayın Tarihi/Published: 29.12.2023

Öz

Bu araştırmanın amacı; 2022 yılında Konya’da düzenlenen 5. İslami Dayanışma Oyunlarına katılan gönüllülerin, kişilik özellikleri ile spor tüketimleri arasındaki ilişkinin incelenmesi ve ilgili özelliklerin demografik değişkenler açısından karşılaştırılmasıdır. Araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Konya’da düzenlenen 5. İslami Dayanışma Oyunlarına gönüllü olarak katılan 1500 kişi oluştururken örnekleme ise basit seçkisiz yöntem ile belirlenmiş 334 gönüllü katılımcı oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak “Kişisel Bilgi Formu”, “On-Maddeli Kişilik Ölçeği (OMKÖ)” ve “Spor Tüketim Ölçeği (STÖ)” kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 25.0 paket programına aktarılarak analiz edilmiştir. Tanımlayıcı veri analizinde frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma analizlerinden yararlanılmıştır. Karşılaştırma analizlerinde ise t-testi ve One-Way Anova Testi uygulanmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek için de Pearson Korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Ayrıca çoklu karşılaştırma testlerinden Tukey ve LSD kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre katılımcıların cinsiyet, yaş, gönüllülük deneyimi, eğitim durumu, medeni durum, ekonomik gelir, spora aktif ve seyirci olarak katılım gibi değişkenlere göre farklılık gösterdiği bulunmuştur. Sonuç olarak; örneklemden alınan veriler ve yapılan korelasyon analizi doğrultusunda, alt boyutların birbiri ile ilişkisinde “sorumluluk” alt boyutu ile “sportif ürün tüketimi” alt boyutu arasında pozitif yönlü düşük düzeyde bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gönüllülük, kişilik, spor tüketimi

Investigation of the relationship between personality traits and sports consumption of volunteers working in international sports organizations

Abstract

The purpose of this research; The aim of this study is to examine the relationship between the personality traits of the volunteers participating in the 5th Islamic Solidarity Games held in Konya in 2022 and their consumption of sports in terms of demographic variables. Relational screening model was used in accordance with the purpose of the research. While the population of the research consists of 1500 people who voluntarily participated in the 5th Islamic Solidarity Games held in Konya, the sample consists of 334 volunteer participants determined by simple random method. “Personal Information Form”, “Ten-Item Personality Scale (TSPS)” and “Sports Consumption Scale (SBL)” were used as data collection tools. The obtained data were analyzed by transferring them to the SPSS 25.0 package program. Frequency, percentage, mean and standard deviation analyzes were used in descriptive data analysis. In the analysis of the data, t-test for pairwise comparisons and One-Way Anova Test for multiple comparisons were applied to examine the differences between variables. Pearson Correlation Test was applied to examine the relationships between the variables. In addition, Tukey and LSD from multiple comparison tests were used. According to the research findings, the participants; It has been found that there are differences according to variables such as gender, age, volunteering experience, educational status, marital status, economic income, participation in sports as an active and spectator. In conclusion; In line with the data taken from the sample and the correlation analysis, a low positive correlation was found between the “responsibility” sub-dimension and the “sports product consumption” sub-dimension in the relationship of the sub-dimensions with each other.

Keywords: Personality, sports consumption, volunteering.

Sorumlu Yazar/Corresponded Author: Gözde ALGÜN DOĞU, **E-posta/e-mail:** gzdalgn@hotmail.com

The Extended English Abstract is located the end of the Article.

Bu çalışma Doç. Dr. Gözde ALGÜN DOĞU danışmanlığında yürütülen “Uluslararası spor organizasyonlarında görev alan gönüllülerin kişilik özellikleri ve spor tüketimleri arasındaki ilişkinin incelenmesi” başlıklı Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

GİRİŞ

Duygusal, bilişsel, fiziksel ve toplumsal özellikler bütünü olarak ele alınan kişilik kavramı, genetik geçişliliğinin yanı sıra çevreyle etkileşim yoluyla şekillenen ve kolay değişmeyen özellikler bütünü olarak değerlendirilmektedir (Goldberg, 1992). Chen (2008), kişilik özelliklerinin bireyin değer yargılarına ve tercihlerine çoğu zaman yansıdığını ifade etmektedir.

Kişiliğin boyutlarını açıklamak amacıyla geliştirilen kuramlar arasında yer alan özellikler kuramı, kişilik özellikleriyle davranışlar arasındaki ilişkilerin sistematik bir biçimde incelenbilmesine olanak sağlamaktadır. Bu çerçevede kişilik, özellikleri itibariyle bireyi diğer bireylerden ayırırken gelecekteki davranışlarına yönelik öngörülerin dayanağını oluşturmaktadır (McCrae & Costa, 2003).

Tüketim, belirli bir ihtiyacın tatmin edilmesi için bir ürünü veya hizmeti edinme ya da kullanma olarak tanımlanabilir. Bu eylemi gerçekleştiren kişi de tüketici olarak ifade edilebilir (Odabaşı, 1999). Bir diğer tanımlamaya göre tüketim, sosyal bir davranış olmanın yanı sıra; kurum, zorlama, etik ve sosyal değerler bütünüdür (Baudrillard, 2015). Literatür incelendiğinde araştırmacılar kişilik özelliklerini, tüketicilerin satın alma davranışları ile ilişkilendirerek çalışmalarına dâhil ettikleri görülmektedir (Smith & Canger, 2004). Tüketim olgusu, kültürel değerlerden bağımsız incelenmemektedir. Ürün ve hizmetlerin kişilik özellikleriyle bütünleştirilerek sunulması, çeşitli kimliklerin, yaşam ve boş zaman değerlendirme biçimlerinin tüketim olgusu üzerinden şekillendirilmeye çalışılmaktadır (Öztürk, 2013).

Spor tüketimi ve tüketicisinin ise farklı boyutlarla ele alındığı görülmektedir. Öyle ki, spor endüstrisi açısından bakıldığında, spor ürünü ve hizmetinde spor tüketim eğilimlerinin farklı şekilde etkilendiği ifade edilmiştir (Yurtsızoğlu & Gül, 2022). Buradan hareketle, uluslararası alanda her geçen gün etkinliğini artırarak büyüyen spor ve spor organizasyonları da bahsi geçen konu başlıklarından biri olarak karşılaşılmaktadır. Bu çerçevede spor tüketimi, yalnızca sporun kendisi değil çevre birimlerinden de oluşmaktadır. Bu birimler etkinlikler, organizasyonlar, sporcular, gönüllüler, oyun alanları, spor gereçleri, koleksiyon ürünleri, sağlık ürünleri, medya ürünleri gibi geniş bir yelpazeye sahiptir (Mullin ve ark., 2014). Spor tüketiminde motivasyon kişisel ve çevre faktörleri olarak iki grupta incelenmektedir. Kişisel faktörler haz alma, sağlıklı olma, stres azaltma, arkadaşlık ve güç kazanma olarak sıralanırken çevre faktörleri ise kendini gruba kabul ettirme ve başkalarına kendini ispat etme olarak söylenebilir (Szwacka-Mokrzycka, 2015). Diğer taraftan içerisinde bulunulan sosyo-kültürel

çevre, ekonomik gelir, cinsiyet, yaş ve deneyimler spor tüketimi üzerinde olumlu ve olumsuz etkilere sahip olabilmektedir. Bu yönüyle tüketicileri anlamak ve onların istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek spor ürün ve hizmetlerini sunmak pazarlama stratejilerinin temelini oluşturmaktadır. Bu çalışma gönüllülerin, kişilik özellikleri ile spor tüketimlerini inceleyerek geliştirmeye yönelik yeni fikirler ortaya koymayı hedeflemektedir. Günümüzde uluslararası sportif organizasyonlara katılan gönüllülerin, kişilik özelliklerinin spor tüketimiyle ilişkisini araştırmak bu çalışmanın ana problemini oluşturmaktadır.

YÖNTEM

Araştırma grubu (evren-örneklem)

Araştırmanın evrenini Konya’da düzenlenen 5. İslami Dayanışma Oyunlarına gönüllü olarak katılan 1500 kişi oluştururken örnekleme ise basit seçkisiz yöntem ile belirlenmiş 334 gönüllü katılımcı oluşturmuştur. Araştırmanın örnekleme dahil olabilmek için 5. İslami Dayanışma Oyunlarında “gönüllü olarak görev yapıyor olmak” ölçütü dikkate alınmıştır.

Veri toplama araçları

Araştırmada kullanılan veri toplama araçlarından ilki olan Kişisel Bilgi Formu ilgili literatür incelenerek araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. İkinci bölümde ise geçerlik ve güvenilirliği test edilmiş iki farklı ölçekten yararlanılmıştır. Bunlar On Maddeli Kişilik Ölçeği ve Spor Tüketim Ölçeğidir.

Kişisel Bilgi Formunda katılımcıların cinsiyet, yaş, gönüllülük durumu, mesleki durum, ekonomik geliri, spora aktif ve spora seyirci katılım durumları ile ilgili tanımlayıcı özelliklerini belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır.

On Maddeli Kişilik Ölçeği (OMKÖ), Gosling ve arkadaşları (2003) tarafından geliştirilmiş ve Atak (2013) tarafından Türkçe’ye uyarlanmıştır. Ölçek on maddeden oluşmaktadır. Ölçek, deneyime açıklık, sorumluluk, dışa dönüklük, yumuşak başlılık ve duygusal dengelilik olmak üzere beş önemli kişilik özelliğini ölçmektedir. Ölçek yedi derecelikli likert değerlendirmeye tabidir.

Spor Tüketim Ölçeği (STÖ), Erdeveciler ve arkadaşları (2018) tarafından geliştirilmiştir. Ölçekte, on üç maddeden oluşan spor tüketimi ile ilgili maddeler yer almaktadır. Ölçek beş derecelikli likert değerlendirmeye tabidir.

Verilerin toplanması/işlem yolu

Elde edilen veriler 5. İslami Dayanışma Oyunlarına katılan gönüllülerden veri toplamak adına gerekli olan resmi izinlere ek olarak T.C. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi

Rektörlüğü Etik Kurul Koordinatörlüğü'nden alınan izin doğrultusunda nüsha olarak oluşturulan ve organizasyon süreci içerisinde ilgili katılımcılara elden iletilen anket formlarıyla toplanmıştır.

Verilerin analizi

Araştırmada kullanılan veriler SPSS 25 istatistik programı kullanılarak çözümlenmiştir. Daha sonra ölçekler aracılığıyla toplanan veri setleri yüzde ve frekans dağılımları ve ortalama standart sapmalarına ilişkin tanımlayıcı istatistikler yapılmış, sonrasında toplanan verilerin normallik dağılımları sınanmıştır. Tablo 2'de görüldüğü üzere verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1,5 ile -1,5 arasında olduğu belirlenmiştir. Böylece normalliğin sağlandığı belirlenmiştir. Tabachnick ve Fidell (2007), çarpıklık ve basıklık değerlerin +1,5 ile -1,5 aralığında olması verilerin dağılımının normal olduğu şeklinde yorumlanabileceğini belirtmiştir. Normal dağılım gösteren verilerimiz için parametrik testler uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerden elde edilen sonuçların, katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini saptamak amacıyla bağımsız t-testi ve tek yönlü varyans Anova testleri kullanılmıştır. Bu çalışmada, ikinci asama testleri olarak Post Hoc (çoklu karşılaştırma testleri) Tukey ve LSD testlerinden yararlanılmıştır. Ayrıca ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliği için Cronbach's Alpha katsayısı incelenmiş OMKÖ iç tutarlılık sayısı 0,96 ve STÖ ölçeğine yönelik veri setinden alınan iç tutarlılık sayısı ise 0,85 çıkmıştır. Araştırmada hipotezi test edilen bulgular yorumlanmış ve sonuçlar tablolar ile desteklenerek yapılan analizlerde anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olarak kabul edilmiştir.

BULGULAR

Tablo 1. Demografik değişkenlere ilişkin yüzde ve frekans dağılımları

		n	%
Cinsiyet	Erkek	106	31,7
	Kadın	228	68,3
Yaş	18- 19 Yaş	60	18,0
	20- 21 Yaş	112	33,5
	22- 23 Yaş	102	30,5
	24 Yaş ve Üzeri	60	18,0
	Daha Önce Hiç	41	12,3
Gönüllülük Deneyimi	Bir Kez	115	34,4
	İkiden Fazla	178	53,3
Eğitim Durumu	Orta Öğretim	36	10,8
	Lisans	273	81,7
	Lisansüstü	25	7,5
Mesleki Durum	Öğrenci	245	73,4
	Çalışan	38	11,4
	Çalışmayan	51	15,3
	Hiç	29	8,7
Spora Aktif Katılım	Ayda Bir veya Daha Az	93	27,8
	15 Günde Bir	44	13,2
	Haftada Birkaç Kez	110	32,9
	Her Gün	58	17,4
Spora Seyirci Katılım	Daha Önce Hiç	46	13,8
	Ayda Bir veya Daha Az	164	49,1
	15 Günde bir	56	16,8
	Haftada Birkaç Kez	56	16,8
	Her Gün	12	3,6
Toplam		334	100,0

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların %68,3'ü kadın (228), %31,7'si erkek (106) tir. Katılımcıların çoğunluğunun %64'ü 20-23 yaş aralığında olduğu görülmektedir. %12,3'ü hiç gönüllülük deneyimi yaşamamışken, %87,7'si en az bir defa gönüllü deneyimi yaşamıştır. Katılımcıların çok büyük bölümünün %81,7'si lisans öğrencisi veya mezunu oldukları görülmektedir. Mesleki durumlarına bakıldığında yine çok büyük bir bölümünün %73,4'ünün öğrenci olduğu görülmektedir. Çoğunluğu öğrenci olan örneklemimizin gelir durumunun da en alt seviyede olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların genellikle ayda bir, 15 günde bir ve haftada birkaç kez spor yaptıkları gözlenirken seyirci olarak spora katılımlarının çoğunlukla %49,1'i ayda bir ve daha az olarak gerçekleştirdikleri görülmektedir.

Tablo 2. Bağımsız değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler

	Min.	Maks.	Ort.	Ss.	Basıklık	Çarpıklık
Spora Aktif Katılım	1,00	5,00	3,22	1,26	-0,170	-1,203
Spora Seyirci Katılım	1,00	5,00	2,47	1,03	0,638	-0,340

Ölçekler ve demografik değişkenler ile ilgili tanımlayıcı istatistiklere Tablo 2’de yer verilmiştir. Basıklık ve çarpıklık değerleri “1,203” ile “-0,340” aralığında normal dağılım göstermektedir.

Tablo 3. Kişilik ölçeğine ilişkin cinsiyet değişkeni puanlarına ait bağımlı gruplar için t-testi sonuçları

K Ö	Cinsiyet	n	Ort.	Ss.	t	p
Dışa Dönüklük	Erkek	106	3,93	2,46	1,849	0,00*
	Kadın	228	4,41	1,86		
Yumuşak Başlılık	Erkek	106	4,66	2,12	0,381	0,03*
	Kadın	228	4,38	2,17		
Sorumluluk	Erkek	106	4,29	2,15	0,938	0,17
	Kadın	228	4,44	1,73		
Duygusal Dengelilik	Erkek	106	4,37	2,57	0,121	0,38
	Kadın	228	4,22	2,78		
Deneyimlere Açıklık	Erkek	106	4,00	2,12	0,596	0,27
	Kadın	228	3,86	2,10		

Tablo 3’te gönüllülerin, “kişilik ölçeğine” ilişkin cinsiyet değişkenine göre t-testi sonuçları verilmiştir. Tablo incelendiğinde katılımcıların cinsiyet değişkenine göre “sorumluluk”, “duygusal dengelilik” ve “deneyimlere açıklık” alt boyutları açısından herhangi bir anlamlı farklılık görülmezken ($p>0,05$), “dışa dönüklük” alt boyutu puanında kadınlar, “yumuşak başlılık” alt boyutu puanında ise erkekler lehine cinsiyet değişkeni açısından anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 4. Spor tüketimi ölçeğine ilişkin cinsiyet değişkeni puanlarına ait bağımlı gruplar için t-testi sonuçları

S T Ö	Cinsiyet	n	Ort.	Ss.	t	p
Medya Tüketimi	Erkek	106	3,22	1,06	1,573	0,11
	Kadın	228	3,04	0,93		
Sportif Ürün Tüketimi	Erkek	106	3,75	0,92	0,481	0,63
	Kadın	228	3,70	0,95		
Etkinlik Tüketimi	Erkek	106	3,16	1,20	2,35	0,02*
	Kadın	228	2,84	1,20		

Tablo 4’te gönüllülerin, “spor tüketim ölçeğine” ilişkin cinsiyet değişkenine göre t-testi sonuçları verilmiştir. Tablo incelendiğinde katılımcıların cinsiyet değişkenine göre “medya tüketimi” ve “sportif ürün tüketimi” alt boyutları açısından herhangi bir anlamlı farklılık görülmezken ($p>0,05$), “etkinlik tüketimi” alt boyutu puanında ise erkekler lehine cinsiyet değişkeni açısından anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 5. Kişilik ölçeğine ilişkin gönüllülük deneyimi değişkenine ait tek yönlü varyans analizi (anova) sonuçları

K Ö	Gönüllülük Deneyimi	n	Ort.	Ss.	t	p
Dışa Dönüklük	Daha Önce Hiç	41	4,50	1,58	5,058	0,00* a-c
	Bir Kez	115	4,44	1,91		
	Birden Fazla	178	4,08	2,28		
Yumuşak Başlılık	Daha Önce Hiç	41	3,98	1,78	4,788	0,00* a-b a-c
	Bir Kez	115	4,54	2,32		
	Birden Fazla	178	4,53	2,09		
Sorumluluk	Daha Önce Hiç	41	4,26	1,18	1,440	0,238
	Bir Kez	115	4,50	2,06		
	Birden Fazla	178	4,34	1,87		
Duygusal Dengelilik	Daha Önce Hiç	41	4,07	2,01	1,634	0,197
	Bir Kez	115	4,45	2,85		
	Birden Fazla	178	4,20	2,75		
Deneyimlere Açıklık	Daha Önce Hiç	41	4,00	1,58	0,201	0,818
	Bir Kez	115	3,87	1,90		
	Birden Fazla	178	3,90	2,34		

Tablo 5’de gönüllülerin, “kişilik ölçeğine” ilişkin gönüllülük değişkenine göre anova sonuçları verilmiştir. Tablo incelendiğinde katılımcıların gönüllülük değişkenine göre alt boyutlar açısından “dışa dönüklük” alt boyutu ve “yumuşak başlılık” alt boyutunda anlamlı farklılık görülmüştür ($p<0,01$). Diğer alt boyutlarda herhangi bir anlamlı farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 6. Spor tüketim ölçeğine ilişkin gönüllülük deneyimi değişkenine ait tek yönlü varyans analizi (anova) sonuçları

S T Ö	Gönüllülük Deneyimi	n	Ort.	Ss.	t	p
Medya Tüketimi	Daha Önce Hiç	41	2,73	0,97	6,33	0,002 a-c b-c
	Bir Kez	115	2,98	1,03		
	Birden Fazla	178	3,26	0,91		
Sportif Ürün Tüketimi	Daha Önce Hiç	41	3,59	0,76	0,44	0,640
	Bir Kez	115	3,75	0,92		
	Birden Fazla	178	3,72	0,99		
Etkinlik Tüketimi	Daha Önce Hiç	41	2,32	1,15	18,61	0,001* a-c b-c
	Bir Kez	115	2,62	1,24		
	Birden Fazla	178	3,27	1,09		

Tablo 6’da gönüllülerin, “spor tüketim ölçeğine” ilişkin gönüllülük deneyimi değişkenine göre anova sonuçları verilmiştir. Tablo incelendiğinde katılımcıların gönüllülük deneyimi değişkenine göre “medya tüketimi” ve “etkinlik tüketimi” alt boyutları puanlarında birden fazla gönüllülük deneyimi olanların lehine gönüllülük deneyimi hiç olmayan veya bir kez deneyimi olanlara oranla anlamlı olarak daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$).

Tablo 7. Kişilik ölçeğine ilişkin eğitim durumu değişkenine ait tek yönlü varyans analizi (anova) sonuçları

K Ö	Eğitim Durumu	n	Ort.	Ss.	t	p
Dışa Dönüklük	Orta Öğretim	36	4,20	2,11	2,142	0,119
	Lisans	273	4,30	2,09		
	Lisansüstü	25	3,86	2,22		
Yumuşak Başlılık	Orta Öğretim	36	4,54	1,82	11,835	0,000* a-c b-c
	Lisans	273	4,37	2,08		
	Lisansüstü	25	5,44	2,63		
Sorumluluk	Orta Öğretim	36	4,62	1,87	2,242	0,108
	Lisans	273	4,34	1,88		
	Lisansüstü	25	4,62	2,48		
Duygusal Dengelilik	Orta Öğretim	36	4,73	3,13	2,762	0,065
	Lisans	273	4,23	2,60		
	Lisansüstü	25	3,98	3,08		
Deneyimlere Açıklık	Orta Öğretim	36	3,66	1,41	1,991	0,138
	Lisans	273	3,96	2,13		
	Lisansüstü	25	3,66	2,60		

Tablo 7’de gönüllülerin, “kişilik ölçeğine” ilişkin eğitim durumu değişkenine göre anova sonuçları verilmiştir. Tablo incelendiğinde katılımcıların eğitim durumu değişkenine göre alt boyutlar açısından “yumuşak başlılık” alt boyutunda anlamlı farklılık görülmüştür ($p<0,01$).

Tablo 8. Spor tüketim ilişkin eğitim durumu değişkenine ait tek yönlü varyans analizi (anova) sonuçları

S T Ö	Eğitim Durumu	n	Ort.	Ss.	t	p
Medya Tüketimi	Orta Öğretim	36	3,29	0,79	0,922	0,399
	Lisans	273	3,07	1,00		
	Lisansüstü	25	3,20	0,87		
Sportif Ürün Tüketimi	Orta Öğretim	36	3,83	0,82	0,299	0,741
	Lisans	273	3,70	0,95		
	Lisansüstü	25	3,75	1,03		
Etkinlik Tüketimi	Orta Öğretim	36	2,67	1,18	1,154	0,317
	Lisans	273	2,69	1,21		
	Lisansüstü	25	3,11	1,20		

Tablo 8’de gönüllülerin, “spor tüketim ölçeğine” ilişkin eğitim durumu değişkenine göre anova sonuçları verilmiştir. Tablo incelendiğinde katılımcıların eğitim durumu değişkenine göre hiçbir alt boyutta anlamlı farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 9. Kişilik ölçeğine ilişkin spora aktif katılım değişkenine ait tek yönlü varyans analizi (anova) sonuçları

K Ö	Spora Aktif Katılım	n	Ort.	Ss.	t	p
Dışa Dönüklük	Daha Önce Hiç	29	4,84	2,26	3,774	0,008* a-b
	Ayda bir ya da daha az	93	4,33	1,82		
	15 Günde bir	44	4,19	2,09		
	Haftada birkaç kez	110	4,04	2,09		
	Her gün	58	4,31	2,31		
Yumuşak Başlılık	Daha Önce Hiç	29	3,96	1,98	3,597	0,004* a-b a-e
	Ayda bir ya da daha az	93	4,69	2,29		
	15 Günde bir	44	4,22	1,97		
	Haftada birkaç kez	110	4,43	2,08		
	Her gün	58	4,63	2,16		
Sorumluluk	Daha Önce Hiç	29	4,03	2,35	5,188	0,004* a-b a-e b-d
	Ayda bir ya da daha az	93	4,59	1,72		
	15 Günde bir	44	4,40	1,48		
	Haftada birkaç kez	110	4,16	1,68		
	Her gün	58	4,66	2,17		
Duygusal Dengelilik	Daha Önce Hiç	29	4,50	2,71	0,338	0,852
	Ayda bir ya da daha az	93	4,28	2,53		
	15 Günde bir	44	4,14	2,98		
	Haftada birkaç kez	110	4,23	2,65		
	Her gün	58	4,31	2,96		
Deneyimlere Açıklık	Daha Önce Hiç	29	4,06	2,03	3,231	0,011* b-c
	Ayda bir ya da daha az	93	4,06	2,01		
	15 Günde bir	44	3,42	2,11		
	Haftada birkaç kez	110	3,88	2,08		
	Her gün	58	3,98	2,18		

Tablo 9’da gönüllülerin, “kişilik ölçeğine” ilişkin “spora aktif katılım” değişkenine göre anova sonuçları verilmiştir. Tablo incelendiğinde katılımcıların spora aktif katılım değişkenine göre alt boyutlar açısından “duygusal dengelilik” alt boyutunda anlamlı farklılık görülmezken ($p>0,05$), diğer alt boyutlarda anlamlı farklılıklar görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 10. Spor tüketim ölçeğine ilişkin spora aktif katılım değişkenine ait tek yönlü varyans analizi (anova) sonuçları

S T Ö	Spora Aktif Katılım	n	Ort.	Ss.	t	p
Medya Tüketimi	Daha Önce Hiç	29	2,26	1,15	14,180	0,001*
	Ayda bir ya da daha az	93	2,87	0,85		a-b
	15 Günde bir	44	3,09	0,80		a-c
	Haftada birkaç kez	110	3,20	0,92		a-d
	Her gün	58	3,70	0,90		a-e
Sportif Ürün Tüketimi	Daha Önce Hiç	29	3,29	1,08	17,299	0,001*
	Ayda bir ya da daha az	93	3,35	0,81		a-d
	15 Günde bir	44	3,31	1,06		a-e
	Haftada birkaç kez	110	4,03	0,78		b-e
	Her gün	58	4,23	0,76		
Etkinlik Tüketimi	Daha Önce Hiç	29	1,44	0,44	82,941	0,001*
	Ayda bir ya da daha az	93	2,17	0,95		c-d
	15 Günde bir	44	2,61	0,98		c-e
	Haftada birkaç kez	110	3,46	0,85		
	Her gün	58	4,20	0,75		

Tablo 10’da gönüllülerin, “spor tüketim ölçeğine” ilişkin spora aktif katılım değişkenine göre anova sonuçları verilmiştir. Tablo incelendiğinde katılımcıların spora aktif katılım değişkenine göre alt boyutların tamamında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p < 0,01$).

Tablo 11. Kişilik ölçeğine ilişkin spora seyirci katılım değişkenine ait tek yönlü varyans analizi (anova) sonuçları

K Ö	Spora Seyirci Katılım	n	Ort.	Ss	t	p
Dışa Dönüklük	Daha Önce Hiç	46	4,72	1,99674	3,912	0,004*
	Ayda bir ya da daha az	164	4,07	2,16670		a-b
	15 Günde bir	56	4,42	1,85304		a-d
	Haftada birkaç kez	56	4,27	2,22318		b-c
	Her gün	12	4,12	1,21543		
Yumuşak Başlılık	Daha Önce Hiç	46	4,26	2,04112	1,697	0,150
	Ayda bir ya da daha az	164	4,51	2,09279		
	15 Günde bir	56	4,73	2,36616		
	Haftada birkaç kez	56	4,31	2,35536		
	Her gün	12	4,29	1,37895		
Sorumluluk	Daha Önce Hiç	46	4,45	2,23931	0,840	0,501
	Ayda bir ya da daha az	164	4,44	1,90704		
	15 Günde bir	56	4,18	1,38252		
	Haftada birkaç kez	56	4,41	1,92691		
	Her gün	12	4,37	1,76455		
Duygusal Dengelilik	Daha Önce Hiç	46	4,23	2,32608	0,273	0,895
	Ayda bir ya da daha az	164	4,25	2,75697		
	15 Günde bir	56	4,33	2,48103		
	Haftada birkaç kez	56	4,37	2,80422		
	Her gün	12	3,95	4,25245		
Deneyimlere Açıklık	Daha Önce Hiç	46	3,89	1,81246	1,650	0,162
	Ayda bir ya da daha az	164	4,02	2,10856		
	15 Günde bir	56	3,84	1,93456		
	Haftada birkaç kez	56	3,61	2,41202		
	Her gün	12	4,04	2,31432		

Tablo 11’de gönüllülerin, “kişilik ölçeğine” ilişkin spora seyirci katılım değişkenine göre anova sonuçları verilmiştir. Tablo incelendiğinde katılımcıların spora seyirci katılım değişkenine göre alt boyutlar açısından “dışa dönüklük” alt boyutunda anlamlı farklılık görülürken ($p<0,05$), diğer alt boyutlarda herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 12. Spor tüketim ölçeğine ilişkin spora seyirci katılım değişkenine ait tek yönlü varyans analizi (anova) sonuçları

STÖ	Spora Seyirci Katılım	n	Ort.	Ss.	t	p	
Dışa Dönüklük	Daha Önce Hiç	46	2,43	1,01	23,433	0,001*	
	Ayda bir ya da daha az	164	2,91	0,83		a-b	
	15 Günde bir	56	3,26	0,81		a-c	
	Haftada birkaç kez	56	3,90	0,89		a-d	
	Her gün	12	3,85	0,80		a-e	
Yumuşak Başlılık	Daha Önce Hiç	46	3,35	0,97	3,243	0,01*	
	Ayda bir ya da daha az	164	3,68	0,93			a-b
	15 Günde bir	56	3,88	0,96			a-c
	Haftada birkaç kez	56	3,87	0,90			a-d
	Her gün	12	4,12	0,51			a-e
Sorumluluk	Daha Önce Hiç	46	2,03	0,83	24,092	0,001*	
	Ayda bir ya da daha az	164	2,77	1,13		a-b	
	15 Günde bir	56	2,99	1,14		a-c	
	Haftada birkaç kez	56	3,86	1,07		a-d	
	Her gün	12	4,26	0,40		a-e	

Tablo 12’de gönüllülerin, “spor tüketim ölçeğine” ilişkin spora seyirci katılım değişkenine göre anova sonuçları verilmiştir. Tablo incelendiğinde katılımcıların spora seyirci katılım değişkenine göre “sportif ürün tüketimi” alt boyutunda herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmazken ($p>0,05$), diğer alt boyutlarda anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p<0,01$).

Tablo 13. Spor tüketimi ölçeği ile kişilik ölçeği arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon analizi sonuçları

		Medya Tüketimi	Sportif Ürün Tüketimi	Etkinlik Tüketimi
Dışa Dönüklük	r	-0,101	0,011	-0,101
	p	0,064	0,837	0,065
	n	334	334	334
Yumuşak Başlılık	r	0,086	0,093	-0,002
	p	0,115	0,090	0,964
	n	334	334	334
Sorumluluk	r	-0,047	0,184**	0,073
	p	0,388	0,001	0,183
	n	334	334	334
Duygusal Dengelilik	r	-0,032	0,010	-0,049
	p	0,558	0,856	0,370
	n	334	334	334
Deneyimlere Açıklıklı	r	-0,073	-0,027	0,082
	p	0,182	0,623	0,136
	n	334	334	334

Tablo 13'te "kişilik" ölçeği ile "spor tüketim ölçeği" alt boyutları arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon analizi sonuçları verilmiştir. Örneklemden alınan veriler doğrultusunda alt boyutların birbiri ile ilişkisinde "sorumluluk" alt boyutu ile "sportif ürün tüketimi" alt boyutu arasında pozitif yönlü düşük düzeyde bir ilişki görülmektedir. Diğer alt boyutlar arasında herhangi bir ilişkiye rastlanılmamıştır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Gönüllülerin, cinsiyet değişkenine göre "kişilik ölçeği" alt boyutları; "sorumluluk", "duygusal dengelilik" ve "deneyimlere açıklık" açısından herhangi bir anlamlı farklılık görülmezken, "dışa dönüklük" ve "yumuşak başlılık" alt boyutları puanında cinsiyet değişkeni açısından anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Tanrıverdi (2019), yapmış olduğu araştırmasında, "yumuşak başlılık" ve "sorumluluk" alt boyutları ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olduğunu belirlemiştir. Acar (2017) ise araştırmasında "dışa dönüklük", "yumuşak başlılık", "duygusal dengelilik" ve "deneyime açıklık" alt boyutlarında cinsiyet açısından anlamlı bir farklılık bulmazken, "sorumluluk" boyutu ile anlamlı düzeyde farklılaştığı sonucunu elde etmiştir. Sporcular örnekleminde yürütülen bazı araştırmalarda ise cinsiyetin kişilik üzerinde etkili bir belirleyici olmadığına yönelik sonuçlar raporlamıştır (Yıldız ve ark., 2021; Zorlu ve ark., 2020). Bu bağlamda cinsiyetin kişilik üzerindeki etkisine yönelik bir değerlendirme için daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

Gönüllülerin, cinsiyet değişkenine göre "spor tüketim ölçeği" alt boyutları; "medya tüketimi" ve "sportif ürün tüketimi" açısından herhangi bir anlamlı farklılık görülmezken, "etkinlik tüketimi" alt boyutunda cinsiyet değişkeni açısından anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Pazarlama ve spor tüketimi üzerine araştırmalar yapan Elmas (2018) ise

“Üniversite Öğrencilerinin Spor Tüketimlerinin Araştırılması” başlıklı çalışmada; “spor tüketim ölçeği” tüm alt boyutları “sportif ürün tüketimi”, “medya tüketimi” ve “etkinlik tüketimi” açısından erkeklerin kadınlara göre daha fazla spor tükettiğini belirlemiştir. Türkiye’de kadınların spora katılımlarını teşvik edici girişimlere rağmen gelişmiş ülkelerdeki destekleyici projelerle karşılaştırıldığında kadın sporuna ve sporcularına verilen değer istenilen seviyelere ulaşmadığı söylenebilir.

Gönüllülerin, gönüllülük deneyimi değişkenine göre “kişilik ölçeği” alt boyutları “dışa dönüklük” ve “yumuşak başlılık” açısından anlamlı farklılık görülmüştür. Diğer alt boyutlarda herhangi bir anlamlı farklılık görülmemiştir. Araştırmamızın aksine Bulut, gönüllülük deneyimlerine göre tüm kişilik boyut puanlarının, önceden spor organizasyonlarında gönüllü olan katılımcılarda daha yüksek düzeyde olduğunu ve analiz sonuçlarından elde edilen verilere göre “duygusal dengelilik” boyutu dışındaki tüm boyutların gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulmuştur (Bulut, 2021).

Gönüllülerin, gönüllülük deneyimi değişkenine göre “spor tüketim ölçeği” alt boyutu “sportif ürün tüketimi” açısından herhangi bir anlamlı farklılık görülmezken, diğer alt boyutlarda anlamlı farklılıklar görülmüştür. Spor yapmak, izlemek veya serbest zaman değerlendirme amacıyla bir spor etkinliğinde bulunmak ya da dünyanın herhangi bir yerinde gerçekleştirilen bir spor organizasyonunu medya aracılığı ile takip etmek kişilerin spor tüketim düzeylerini etkilediği belirlenmiştir. Gönüllülerin “spor tüketimi düzeylerini” motive eden unsurların “medya” ve “etkinlikler” olduğu söylenebilir.

Sporda Gönüllülerin, eğitim durumu değişkenine göre “kişilik ölçeği” alt boyutu “yumuşak başlılık” açısından anlamlı farklılık görülmüştür. Diğer alt boyutlarda herhangi bir anlamlı farklılık görülmemiştir. Literatür incelendiğinde farklı örneklem gruplarında farklı sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Bulut, “Uluslararası Spor Organizasyonlarında Görev Alan Gönüllülerin Kişilik Özelliklerinin Sporda Gönüllülük Motivasyonları Üzerine Etkisinin İncelenmesi” başlıklı araştırmasında istatistiksel olarak eğitim grupları arasında “dışa dönüklük” alt boyutunun anlamlı farklılık göstermediğini ortaya koyarken “dışa dönüklük” dışındaki tüm boyutların istatistiksel olarak gruplar arasındaki farkı anlamlı bulmaktadır (Bulut, 2021). Gönüllülerin, eğitim durumu değişkenine göre “spor tüketim ölçeği” alt boyutlar açısından hiçbir alt boyutta herhangi bir anlamlı farklılık görülmemiştir. Elde edilen sonucun örneklem grubunun eğitim düzeyi ve sosyo-kültürel yapısından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Gönüllülerin, spora aktif katılım değişkenine göre “kişilik ölçeği” alt boyutu “duygusal dengelilik” açısından anlamlı farklılık görülmezken diğer alt boyutlarda anlamlı farklılıklar görülmüştür. Literatür incelendiğinde düzenli aktiviteye katılım sağlayanların gelişime daha açık, dışa dönük ve daha sorumluluk sahibi bireyler olduğu ifade edilirken “duygusal dengelilikleri” daha düşük olduğu aktarılmaktadır (Shrivastava ve ark., 2010; Kamarova ve ark., 2017).

Gönüllülerin, spora aktif katılım değişkenine göre “spor tüketim ölçeği” alt boyutlarının tamamında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Çalışmamız “Üniversite Öğrencilerinin Spor Tüketimlerinin Araştırılması” başlıklı çalışma ile paralellik göstermektedir (Elmas, 2018). Bu bulgulardan hareketle, spor katılımı gibi gönüllülük faaliyetlerinin de bazı kişiler için rekreasyonel faaliyetler olarak tanımlanma durumu göz önünde alınmalı ve bu kişilerin ilgili aktivitelere katılımlarına engel olabilecek unsularının belirlenmesinin de önemli olduğu ifade edilebilir (Tolukan & Yılmaz, 2016).

Gönüllülerin, spora seyirci katılım değişkenine göre “kişilik ölçeği” alt boyutu “dışa dönüklük” açısından anlamlı farklılık görülürken, diğer alt boyutlarda herhangi bir anlamlı farklığa rastlanmamıştır. Kişilik özellikleri gibi “dışa dönüklük” de demografik özellikler çerçevesinde bireylerin yaşadığı sosyo-kültürel ve ekonomik yapı ve bu yapı içerisindeki deneyimleri ile anlamlı bir ilişkiye sahiptir (Soto & Jackson, 2013). Bu yönüyle araştırmamızda elde edilen sonuçlar literatür ile paralellik göstermektedir.

Gönüllülerin, spora seyirci katılım değişkenine göre “spor tüketim ölçeği” alt boyutların tamamında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Araştırmamız ile benzer sonuçlara ulaşan Elmas ise “Üniversite Öğrencilerinin Spor Tüketimlerinin Araştırılması” başlıklı çalışmada; spor tüketim ölçeği çerçevesinde sporu seyirci olarak tüketen bireylerin spor tüketimleri de spor yapanlarla paralellik göstermektedir. Spor daha fazla seyreden kişiler daha fazla spor ürünü tüketmektedirler (Elmas, 2018).

Örneklemden alınan veriler doğrultusunda “kişilik” ölçeği ile “spor tüketim ölçeği” alt boyutları arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon analizi sonuçları verilmiştir. Alt boyutların birbiri ile ilişkisinde sadece “sorumluluk” alt boyutu ile “sportif ürün tüketimi” alt boyutu arasında pozitif yönlü düşük düzeyde bir ilişki görülmektedir. Diğer alt boyutlar arasında herhangi bir ilişkiye rastlanılmamıştır.

Sonuç olarak, örneklem grubunun, kişilik özellikleri ve spor tüketimleri ile cinsiyet, gönüllülük deneyimi, eğitim durumu, mesleki durum, ekonomik gelir, spora aktif ve seyirci

olarak katılım değişkenleri açısından anlamlı farklılık olduğu ancak eğitim durumuna ilişkin spor tüketimlerinde hiçbir anlamlı farklılık olmadığı sonucuna varılırken kişilik özellikleri “sorumluluk” alt boyutu ile “sportif ürün tüketimi” alt boyutları arasında düşük düzeyde pozitif yönlü bir ilişki görülmüştür.

Öneriler

Sonraki araştırmalarda nitel ve karma yöntemler uygulanarak daha farklı sonuçlar elde edilebilir. Farklı ülkelerde düzenlenecek uluslararası organizasyonlarda gönüllü gruplarına odaklanılarak elde edilen sonuçlar ile karşılaştırmalar yapılabilir. Gönüllülerin kişilik özellikleri ve spor tüketimlerinin yanı sıra pazarlama süreçleri de dâhil edilerek daha yoğun veri ile literatüre katkı sağlanabilir.

EXTENDED ABSTRACT

INTRODUCTION

The concept of personality, which is considered as a set of emotional, cognitive, physical and social traits, is considered as a set of traits that are shaped by interaction with the environment as well as genetic transitivity and that do not change easily (Goldberg, 1992). Chen (2008) states that personality traits are often reflected in an individual's value judgments and preferences.

Trait theory, which is among the theories developed to explain the dimensions of personality, enables a systematic examination of the relationships between personality traits and behaviors. In this framework, while personality distinguishes individuals from other individuals in terms of their characteristics, it also forms the basis of predictions for future behaviors (McCrae & Costa, 2003).

Consumption can also be defined as the acquisition or use of a product or service to satisfy a specific need. The person who performs this action can also be referred to as a consumer (Odabaşı, 1999). According to another definition, consumption is not only a social behavior but also a set of institutions, coercion, ethics and social values (Baudrillard, 2015).

It is seen that sports consumption and consumers are handled with different dimensions. Sports and sports organizations, which are growing in the international arena day by day, are one of the aforementioned topics. In this framework, sports consumption consists not only of sports itself but also of its peripheral units. These units have a wide range such as events, organizations, athletes, volunteers, playgrounds, sports equipment, collectibles, health products, media products (Mullin et al., 2014).

This study aims to examine the personality traits and sport consumption of volunteers and put forward new ideas for improvement. The main problem of this study is to investigate the relationship between personality traits and sport consumption of volunteers participating in international sport organizations today.

METHOD

The population of the study consists of 1500 people who voluntarily participated in the 5th Islamic Solidarity Games organized in Konya, while the sample consists of 334 voluntary participants determined by simple random method. In addition, the criteria for the sample of the research were determined as “taking part” and “volunteering” in the 5th Islamic Solidarity Games. In the second part, two different scales whose validity and reliability were tested were applied. These are the Ten-Item Personality Scale and the Sports Consumption Scale. The data used in the study were analyzed using SPSS 25 statistical program. Then, descriptive statistics regarding the percentage and frequency distributions and mean standard deviations of the data sets collected through the scales were made, and then the normality distributions of the collected data were tested. Independent t-test and one-way variance Anova tests were used to determine whether the results obtained from the scales used in the research differed according to the demographic characteristics of the participants.

RESULTS

It While there was no significant difference in terms of “responsibility”, “emotional stability” and “openness to experience” sub-dimensions of the “personality scale” according to the gender variable, there was a significant difference in the scores of “extraversion” and “softness” sub-dimensions in terms of gender variable. While there was no significant difference in terms of “media consumption” and “sport product consumption” sub-dimensions of “sport consumption scale” according to gender variable, there was a significant difference in terms of “activity consumption” sub-dimension in terms of gender variable. According to the volunteer experience variable of the volunteers, a significant difference was observed in terms of “personality scale” sub-dimensions “extroversion” and “mildness”. No significant difference was observed in other sub-dimensions. While there was no significant difference in terms of “sport consumption scale” sub-dimension “sportive product consumption” according to the volunteering experience variable of the volunteers, significant differences were observed in other sub-dimensions. There was a significant difference in terms of the “personality scale” sub-dimension “soft-headedness” according to the educational status variable of the volunteers in sports. No significant difference was observed in other sub-dimensions. While there was a significant difference in terms of “personality scale” sub-dimension “extroversion” according to the variable of spectator participation in sports, no significant difference was found in other sub-dimensions.

DISCUSSION AND CONCLUSION

Acar (2017), on the other hand, found no significant difference in terms of gender in the sub-dimensions of “extraversion”, “agreeableness”, “emotional stability” and “openness to experience”, but found a significant difference in the dimension of “responsibility”. Elmas (2018), in his study titled “Investigation of Sports Consumption of University Students”, determined that men consume more sports than women in terms of all sub-dimensions of “sports consumption scale”, “sportive product consumption”, “media consumption” and “activity consumption”. Despite the initiatives to encourage

women's participation in sports in Turkey, it can be said that the value given to women's sports and athletes has not reached the desired levels compared to the supportive projects in developed countries. Contrary to our research, Bulut found that all personality dimension scores were higher in participants who had previously volunteered in sports organizations according to their volunteering experience, and according to the data obtained from the analysis results, the difference between the groups in all dimensions except the "emotional stability" dimension was statistically significant (Bulut, 2021). While there was a significant difference in the "personality scale" sub-dimension "extroversion" according to the variable of spectator participation in sports, no significant difference was found in other sub-dimensions. Like personality traits, "extroversion" has a significant relationship with the socio-cultural and economic structure in which individuals live and their experiences within this structure within the framework of demographic characteristics (Soto & Jackson, 2013).

As a result, it is concluded that there is a significant difference between the personality traits and sport consumption of the sample group in terms of gender, volunteering experience, educational status, professional status, economic income, active and spectator participation in sports, but there is no significant difference in sport consumption related to educational status, while there is no significant difference in sport consumption related to personality traits.

KAYNAKLAR

- Acar, R. (2017). *Mardin il bölgesinde okullardaki sosyal etkinliklerin (tiyatro, müzik, spor, dans, şenlikler) lise dönemi ergen (14-18 yaş) kişiliğe etkileri* [Yüksek lisans tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi].
- Atak, H. (2013). On-Maddeli kişilik ölçeği'nin Türk kültürü'ne uyarlanması. *Archives of Neuropsychiatry/Noropsikiatri Arsivi*, 50(4).
- Baudrillard, J. (2015). *Tüketim toplumu: Söylenceleri/yapıları*. Ayrıntı Yayınları.
- Bulut, B. A. (2021). *Uluslararası spor organizasyonlarında görev alan gönüllülerin kişilik özelliklerinin sporda gönüllülük motivasyonları üzerine etkisinin incelenmesi (İstanbul Örneği)* [Yüksek lisans tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi].
- Chen, L. C. (2008). Research on emotional intelligence measurements and adaptive index of junior high school students. *Bulletin of Educational Psychology*, 39, 61-81.
- Elmas, M. (2018). *Üniversite öğrencilerinin spor tüketimlerinin araştırılması* [Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi].
- Erdeveciler, Ö., Elmas, M., & Balcı, V. (2018) *Spor Tüketim Ölçeği geliştirme çalışması* [Uluslararası Rekreasyon ve Spor Yönetimi Kongresi], Muğla, Türkiye.
- Goldberg, L. R. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. *Psychological assessment*, 4(1), 26.
- Gosling, S. D., Rentfrow, P. J., & Swann J. W. B. (2003). A very brief measure of the Big-Five personality domains. *Journal of Research in personality*, 37(6), 504-528.
- Komarova, E. P., Fetisov, A. S., Larina, T. V., & Galustyan, O. V. (2017). The development of physical training culture of a personality. *Revista Espacios*, 38(50).
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (2003). *Personality in adulthood: A five-factor theory perspective*. Guilford Press.
- Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. (2014). *Sport marketing 4th edition*. Human Kinetics.
- Odabaşı, Y. (1999). *Tüketim kültürü: Yetinen toplumun tüketen topluma dönüşümü*. Sistem Yayıncılık.

- Öztürk, M. (2013). Kapitalizmin arzu üzerinden üretimi ya da arzunun nesneleş(tiril)mesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(44), 151-180.
- Shrivastava, P., VenuGopal, R., & Singh, Y. (2010). A study of personality dimensions in sports performance. *Journal of Exercise Science and Physiotherapy*, 6(1), 39-42.
- Smith, M. A., & Canger, J. M. (2004). Effects of supervisor “big five” personality on subordinate attitudes. *Journal of business and psychology*, 18(4), 465-481.
- Soto, C. J., & Jackson, J. J. (2013). Five-factor model of personality. *Journal of Research in Personality*, 42, 1285-1302.
- Szwacka-Mokrzycka, J. (2015). Trends in consumer behaviour changes. overview of concepts. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, 14(3).
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics*, Allyn dan Bacon.
- Tanrıverdi, H., Yılmaz, A., Pala, B., & Ercan, F. Z. (2019). Kişilik özellikleri, duygusal zekâ, kariyer uyum yeteneği ve turizmde kariyer yapma isteği arasındaki ilişkilerin incelenmesi: İstanbul Üniversitesinde turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrenciler üzerine bir araştırma. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 3(1), 41-56.
- Tolukan, E., & Yılmaz, B. (2016). Özel yetenekle ilgili bölümlerde okuyan öğrencilerin rekreasyonel aktivitelere katılımlarına engel olabilecek unsurların belirlenmesi. *International Journal of Sport Culture and Science*, 2(Special Issue 1), 525-539.
- Yıldız, A. B., Bülbül, D., & Doğu, G. A. (2021). Ragbi sporcularında duygusal zekâ ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 4(3), 380-390.
- Yurtsızoğlu, Z., & Gül, O. (2022). Spor takımı taraftarının etnosentrik tüketim eğilimi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 20(45), 589-612. <https://doi.org/10.35408/comuybd.1017290>
- Zorlu, E., Doğu, G. A., Yıldız, A. B., & Yılmaz, B. (2020). Atletizm branşındaki sporcuların kişilik özelliklerinin başarı motivasyonuna etkisinin incelenmesi. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 3(1), 24-35.

KATKI ORANI CONTRIBUTION RATE	AÇIKLAMA EXPLANATION	KATKIDA BULUNANLAR CONTRIBUTORS
Fikir ve Kavramsal Örgü <i>Idea or Notion</i>	Araştırma hipotezini veya fikrini oluşturmak <i>Form the research hypothesis or idea</i>	Tolga VURAL Gözde ALGÜN DOĞU
Tasarım <i>Design</i>	Yöntem ve araştırma desenini tasarlamak <i>To design the method and research design.</i>	Tolga VURAL Gözde ALGÜN DOĞU
Literatür Tarama <i>Literature Review</i>	Çalışma için gerekli literatürü taramak <i>Review the literature required for the study</i>	Tolga VURAL Gözde ALGÜN DOĞU
Veri Toplama ve İşleme <i>Data Collecting and Processing</i>	Verileri toplamak, düzenlemek ve raporlaştırmak <i>Collecting, organizing and reporting data</i>	Tolga VURAL Gözde ALGÜN DOĞU
Tartışma ve Yorum <i>Discussion and Commentary</i>	Elde edilen bulguların değerlendirilmesi <i>Evaluation of the obtained finding</i>	Tolga VURAL Gözde ALGÜN DOĞU

Destek ve Teşekkür Beyanı/ Statement of Support and Acknowledgment

Bu çalışmanın yazım sürecinde katkı ve/veya destek alınmamıştır.

No contribution and/or support was received during the writing process of this study.

Çatışma Beyanı/ Statement of Conflict

Araştırmacıların araştırma ile ilgili diğer kişi ve kurumlarla herhangi bir kişisel ve finansal çıkar çatışması yoktur.

Researchers do not have any personal or financial conflicts of interest with other people and institutions related to the research.

Etik Kurul Beyanı/ Statement of Ethics Committee

Bu araştırma, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Etik Kurul Koordinatörlüğünün 07.07.2022 tarihli ve 12 sayılı kararı ile yürütülmüştür.

This study was conducted with the decision of Ankara Yıldırım Beyazıt University Ethics Committee Coordinatorship dated 07.07.2022 and numbered 12.



Bu eser [Creative Commons Atf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) ile lisanslanmıştır.