

GENÇLERİN KÜLTÜREL DEĞER ALGILARININ TOPLUMSAL AİDİYET ALGILARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: ETNOSPORLARLA İLGİLENİMİN MODERATÖR ROLÜ

Sertaç ERCİŞ^(*)

Öz

Bu araştırmada gençlerin kültürel değer algılarının, toplumsal aidiyet alguları üzerindeki etkileri Etnosporlarla ilgilenim düzeyleri açısından incelenmiştir. Bu doğrultuda, kültürel değer algısının bileşenleri olan kültürel dikey kolektivizm, kültürel yatay kolektivizm, kültürel dikey bireysellik ve kültürel yatay bireyselliğin, toplumsal aidiyeti oluşturan; toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal ilgi üzerindeki etkilerinin Etnosporlarla ilgilenim açısından tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında 2018 yılında İstanbul’da düzenlenen Etnospor Kültür Festivali’ne izleyici olarak katılan 1000 kişiye anket uygulanmıştır. Elde edilen verilere, araştırma modeli doğrultusunda geliştirilen hipotezlerin test edilmesi amacıyla STATA 15 yazılımı kullanılarak doğrusal ve hiyerarşik regresyon analizleri uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda kültürel yatay kolektivizm ile kültürel dikey kolektivizm değişkenlerinin toplumsal aidiyet algısının alt bileşenlerinin tamamı üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Etnosporlarla ilgilenimin ise kültürel yatay ve dikey kolektivizm ile toplumsal sorumluluk ve fedakarlık arasındaki ilişkide pozitif moderatör etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etnospor, Etnosporlarla İlgilenim, Kültürel Değer, Toplumsal Aidiyet, Kolektivizm.

The Effects of Social Values of Youth on Social Belonging Perceptions: The Moderator Role of Etnosports Involvement

Abstract

In this research, the effect of the cultural values perceptions of youth on social belonging perceptions have been examined in terms of their level of Etnosports involvement. In this direction, cultural vertical collectivism, cultural horizontal collectivism, cultural vertical

^(*) Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi
(e-posta: sertac@atauni.edu.tr). ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2966-4049>.

individuality and cultural horizontal individual, which are components of cultural value perception, social belonging; sociability, social responsibility and self-sacrifice and the effects on social interest in terms of Etnosport involvement. Within the scope of the research, the survey was conducted with 1000 youth who participated in the Etnosport Culture Festival held in Istanbul in 2018. Linear and hierarchical regression analyzes were applied to the obtained data using STATA 15 software in order to test developed hypotheses. As a result of analyzes it is seen that the variables of cultural horizontal collectivism and cultural vertical collectivism have effect on all sub-components of social belonging perception. Etnosport involvement has had positive moderator role between cultural horizontal and vertical collectivism and social responsibility and self-sacrifice.

Keywords: Etnosport, Etnosport Involvement, Cultural Value, Social Belonging, Collectivism.

Giriş

Son yıllarda ülkemizde Etnosporlara yönelik ilginin giderek arttığı görülmektedir. Bunun temelinde şüphesiz devletin Etnospor organizasyonlarına verdiği desteklerin önemli katkıları bulunmaktadır. Bununla birlikte, Dünya Etnospor Konfederasyonu'nun ülkemizde bulunması kamuoyunun ilgisinin Etnosporlara çekilmesinde büyük bir etkiye sahiptir.

Ancak literatür incelendiğinde Etnosporların bilimsel bir temelde ele alındığı herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Etnosporlara yönelik girişimlerin bilimsel bilgi temelinden yoksunluğu, yapılacak çalışmaların önünde önemli bir engel olarak düşünülebilir. Bu doğrultuda araştırmanın amacı, gençlerin bireysel ve kolektivist kültürel değer algılarının, toplumsal aidiyeti oluşturan; toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal ilgi alt boyutları üzerindeki etkilerini Etnosporlarla ilgilinin düzeyleri açısından incelemektir. Etnosporların kültürel değerler ve toplumsal aidiyet şeklindeki temel toplumsal kavramlarla ilişkisinin ortaya konmasının, konunun teorik ve amprik temeline yönelik literatürde önemli bir boşluğu dolduracağı öngörülmektedir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda 3. Etnospor Kültür Festivali'ne izleyici olarak katılan toplam 1000 kişi üzerine anket uygulaması yapılmıştır. Anket çalışması sonucunda elde edilen verilere betimleyici istatistikler, doğrusal regresyon ve hiyerarşik regresyon ile moderatör etki analizleri uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda ulaşılan bulgular yorumlanarak raporlanmıştır.

Teorik Altyapı

McMillan (1996), toplumsal aidiyet inancının kurulmasında toplum ve bireyin karşılıklı sorumlulukları olduğunu ifade etmiştir. Bireyin topluma aidiyet duyma, toplumun ise bireyi üye olarak kabul etme sorumluluğu bulunmaktadır. Bu iki unsurun karşılıklı fayda sağlamalarında ve toplumsal aidiyetin sağlam temellere oturmasında her iki tarafın

da sorumluluklarını yerine getirmesi gerekmektedir. Bireyin toplumsal kural ve sınırların bilincinde olması ve topluma güven duyması, toplumun da bireyde istenilen güven duygusunun oluşmasına ilişkin işlev göstermesi önemli bir noktadır. Günümüzde toplumların sosyal, kültürel ve siyasi sorunları çoğunlukla toplumsal karmaşıklıklardan ve ortak hareket etme davranışlarının azalmasından meydana gelmektedir. Furman (1998: 22), bir toplumda yaşayan bireylerin aidiyet duygusu oluşmadan, bireyler o topluma bağlılık duymamaktadırlar. Bu da toplumun geleceğini tehlikeye atan önemli bir etkidir (Furman, 1998). Parsons'a göre toplumsal bütünlüğü; toplumsal komünite, iyi tanımlanmış bir aidiyet, paylaşılan kültürel değerler, gelenekler ve dayanışma sağlamaktadır (akt. Bilgin, 1999: 94). Bu açıdan bakıldığında kökleri yüzlerce yıl öncesine dayanan Etnosporların toplumsal komünite, teritoryal bir temel, paylaşılmış kültürel bir gelenek oluşturmada yani toplumsal bütünlüşmeyi sağlayarak bireyin toplumsal aidiyetini oluşturmada önemli etkilerinin olabileceği düşünülebilir.

Öte yandan geleneksel toplumlarda nesiller arasında devamlılık olduğundan toplumsal değişim hızı yavaştır. Ayrıca bireylerin topluma güçlü bir bağlılıkları vardır ve bireylerin toplumdaki rolleri açıktır. Bunun tam tersine modern toplumlarda ise hızlı toplumsal değişim ve nesiller arası devamsızlık söz konusudur. Azalan toplumsal bağlılık nedeniyle bireylerin toplumsal rolleri belirsizdir. Bu nedenle modern toplumlarda bireyler kendi inşa ettikleri bir takım rolleri benimsemektedirler (Sayar, 2003: 74). Diğer bir ifadeyle, modern toplumlara özgü bir durum olan bireylerin toplumsal aidiyetlerinin düşük düzeylerde olması önemli bir risk faktörü olarak ortaya çıkmaktadır. Ülkemiz her ne kadar geleneksel toplum olma özelliklerine sahip olsa da küreselleşmenin potansiyel tehditlerine maruz kalınmakta ve hızlı toplumsal değişimler yaşanmaktadır. Bu potansiyel tehditlere karşı toplumsal bir refleks geliştirmek kuşkusuz milletlere mâl olmuş Etnosporların yeniden canlanması, bilinirliklerinin artması ve yaygınlaşması yoluyla olacaktır.

Toplumların ayakta kalabilmesi ve devamlılıklarının sağlanabilmesi, bireylerin toplumsal aidiyet kazanmalarına ve bunun sürdürülmesine bağlıdır. Bir toplumdaki kültürel değerler bu ihtiyacı karşıladıkları için toplumsal aidiyetin temelini oluşturmaktadır (Güngör, 1997: 95). Yani kültürel değerlerin toplumsal aidiyet üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Kültürel değerler, bireyleri ortak bir alanda toplayan unsurlardır. Bu ortak alan bireyleri istek ve tatmin farklılıkları ile çok çeşitli ayrılıklarına rağmen birleştiren önemli bir unsurdur (Ülken, 2001: 217).

Literatür incelendiğinde kültürel değerlerin ikiye ayrıldığı görülmektedir (Hofstede, 1985). Bunlar, bireycilik ve kolektivizm şeklinde ikiye ayrılır. Chiou (2001) bireycilik ve kolektivizmi yatay ve dikey olarak ikiye ayırmıştır. Buna göre yatay bireycilik, kendine güvenmek, diğerlerinden farklı olmaya çalışmak ve farklı davranışlar sergilemektir. Diğerleri ile benzer olmaktansa bağımsız bir birey olma doğrultusunda, kendine özgü davranmayı gerektirir. Ayrıca yatay bireyciliğe sahip olmak bireyin kendisini diğer bireylerle kıyaslamasını içermez. Bu açıdan yatay bireyciliğin tam tersine dikey bireycilikte, diğer bireylerle rekabet etme, ayrıcalıklı olma ve statü elde etme arzusu vardır. Yani birey

kendisini sürekli başkalarıyla kıyaslama eğilimine sahiptir. Dikey bireycilik eğiliminde olan bir birey rekabet etmeyi yaşamın bir gerekliliği olarak görmekte ve sürekli kazanan taraf olmayı istemektedir.

Diğer taraftan yatay kolektivizm, bireyin kendisini diğer bireylerle benzer olarak algılaması, ortak hedefler doğrultusunda hareket etmesi ve otoriteye karşı durmasıdır (Wang and Lu, 2017). Yatay kolektivizm; aile, akrabalar ve arkadaşlar ile bireyin kendisini benzer algılaması ve bireyin üyesi olduğu grubun iyi ve başarılı olmasını istemeyi gerektirir. Son olarak dikey kolektivizm ise toplumsal hedeflere karşı bireysel hedeflerin feda edilmesi ve otoriteye boyun eğmektir. Aile bütünlüğünün yanı sıra toplumsal birlikteliği önemseme hatta hayatın en önemli amacı edinmeyi ifade etmektedir (Soenens et al., 2018).

Literatürde batı toplumlarında bireyciliğin, doğu toplumlarında ise kolektivizmin baskın olduğu görüşü hâkimdir. Ancak son yıllarda yapılan çalışmalarda bir toplumda her iki kültürel değerinde birlikte var olabileceği üzerinde durulmaktadır. Bununla birlikte Türkiye gibi ülkelerde de her iki kültürel değer birlikte var olduğu ileri sürülmektedir (Kağıtçıbaşı, 2005). Ancak bireycilik ve kolektivizmin birlikte var olduğu toplumlarda, toplumsal aidiyetin öncülü olan kültürel değer bireycilik mi ya da kolektivizm mi olduğu dahası kültürel değerlerin yatay ve dikey bağlamda ne tür etkilere neden olduğunun yeterince irdelenmediği görülmektedir.

Sonuç olarak, toplumsal aidiyetin oluşmasında etkili olan kültürel değerlerin belirlenmesi ve bunda Etnosporlarla ilgilenim nasıl bir düzenleyici etkiye sahip olduğu bu alanda yapılacak nicel araştırmaları destekleyecektir.

Araştırmanın Amacı Kapsamı ve Sınırlılıkları

Etnospor, spor dallarının giderek kurumsallaştığı, sportif başarının bir gösterge olduğu çağımızda yüzyıllardır çeşitli kültürler tarafından icra edilen birbirinden zengin oyunlar / sporlar için yapılan genel bir tanımdır. Etnospor bu geleneklerin unutulmaması, yeniden üretilmesi ve tekrar dünya sahnesine çıkarılması amacıyla pek çok yerel kimliği içinde barındırmaktadır. 2015 yılında 7 ülkede faaliyet gösteren Etnospor federasyonlarının katılımıyla Dünya Etnospor Konfederasyonu kurulmuştur. Konfederasyon başkanlığının ülkemize geçmesinden sonra devletimiz tarafından birçok uluslararası organizasyon düzenlenmiştir. Bu organizasyonlar arasında Dünya Göçebe Oyunları ve Etnospor Kültür Festivali yer almaktadır. Son olarak 9-13 Mayıs 2017 tarihinde İstanbul'da 3. Etnospor Kültür Festivali düzenlenmiştir. Etnosporlara yönelik uluslararası organizasyonlar, dünya kamuoyunun dikkatinin Etnosporlara çekilmesinde şüphesiz en önemli etkidir. Ancak yapılan literatür incelemesinde Etnosporların bilimsel bir temelde ele alındığı herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu doğrultuda araştırmanın amacı, gençlerin bireysel ve kolektivist kültürel değer algılarının, toplumsal aidiyeti oluşturan; toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal ilgi alt boyutları üzerindeki etkilerini Etnosporlarla ilgilenim düzeyleri açısından incelemektir. Etnosporların kültürel değerler ve toplumsal aidiyet şeklindeki temel toplumsal kavramlarla ilişkisinin ortaya

konmasının, konunun teorik ve amprik temeline yönelik literatürde önemli bir boşluğu dolduracağı öngörülmektedir. Araştırmanın kapsamını, 3. Etnospor Kültür Festivaline katılan 18-27 yaş arası bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın kısıtları ise zaman ve maddi kaynak yetersizliğinden dolayı sınırlı sayıda bireye ulaşılması ile sınırlı sayıda kişiden veri temini yapılmasıdır.

Metodoloji

Örneklem Süreci ve Veri Toplama Yöntemi

Araştırmanın ana kütesini 3. Etnospor Kültür Festivaline katılan bireyler oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi olarak kolayda örneklem kullanılmıştır. Araştırmanın örnek büyüklüğü $n = \pi(1 - \pi) / (e/Z)^2$ formülü ile %5 hata payı ve %95 güven aralığında 384 olarak belirlenmiştir (Kurtuluş, 1998: 235).

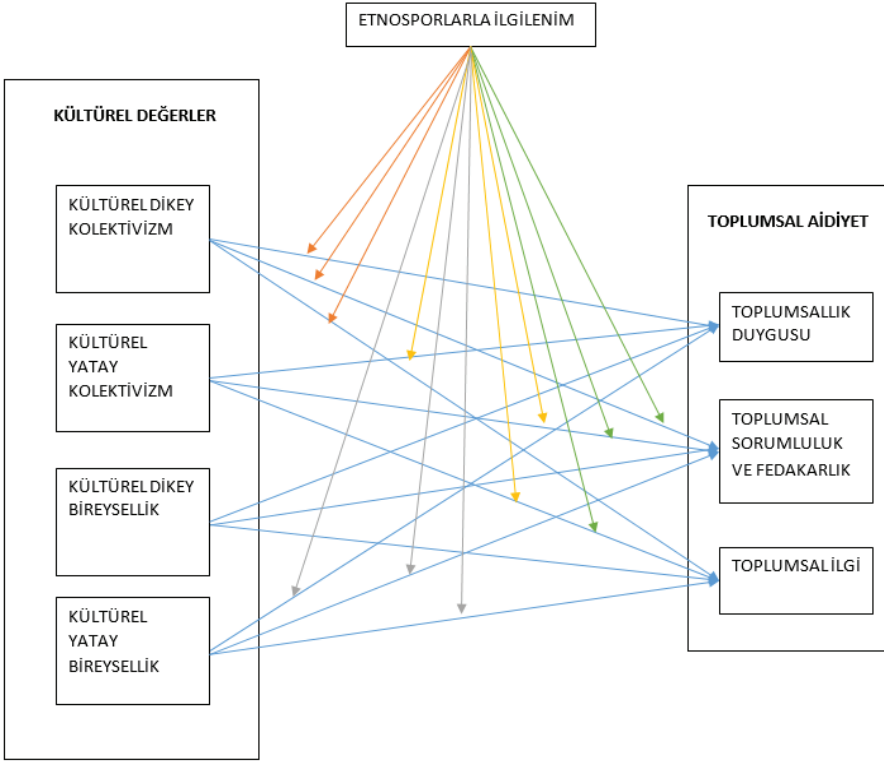
Araştırmada veriler kapalı uçlu soruların yer aldığı anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Anket çalışması yüz yüze mülakat şeklinde uygulanmıştır. Anket formunda 4 grup soru yer almıştır. 1. Soru grubunda Fuan Li ve Lerzan Aksoy (2007) tarafından geliştirilen kültürel bireysellik ve kolektivizm ölçeğine ait 16 soru; 2. Soru grubunda Thuesen, (2002) tarafından geliştirilen toplumsal aidiyet ölçeğine ait 31 soru; 3. Soru grubunda Alexandris ve diğ. (2007) tarafından geliştirilen etkinlik ile ilgilenim ölçeğine ait 6 soru ve son olarak 4. Soru grubunda cevaplayıcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 10 soru yer alacaktır. İlk üç grupta yer alan soruların tamamı 5'li Likert ölçeğine göre hazırlanmıştır (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum ve 5= Tamamen Katılıyorum).

Araştırma kapsamında 1015 kişiye anket uygulanmıştır. Eksik ve hatalı doldurulan anketlerin elenmesinden sonra geriye 1000 anket değerlendirmeye alınmıştır. Anket çalışması, 09.04.2018-13.04.2018 tarihleri arasında yapılmıştır.

Elde edilen verilere, araştırma modelinin ve geliştirilen hipotezlerin test edilmesi amacıyla, STATA 15 istatistik programı kullanılarak doğrusal ve hiyerarşik regresyon analizi uygulanmıştır. Ayrıca araştırma verilerinin; frekans dağılımları, ortalamaları, standart sapmaları ve ölçeklerin güvenilirlik katsayısı olan Cronbach Alpha katsayıları hesaplanmıştır.

Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen model Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 2. Araştırma Modeli

Araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda belirlenen hipotezler şu şekildedir:

H1: Kültürel dikey kolektivizmin toplumsallık duygusu üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H2: Kültürel dikey kolektivizmin toplumsal sorumluluk ve fedakârlık üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H3: Kültürel dikey kolektivizmin toplumsal ilgi üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H4: Kültürel yatay kolektivizmin toplumsallık duygusu üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H5: Kültürel yatay kolektivizmin toplumsal sorumluluk ve fedakârlık üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H6: Kültürel yatay kolektivizmin toplumsal ilgi üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H7: Kültürel dikey bireyselliğin toplumsallık duygusu üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H8: Kültürel dikey bireyselliğin toplumsal sorumluluk ve fedakârlık üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H9: Kültürel dikey bireyselliğin toplumsal ilgi üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H10: Kültürel yatay bireyselliğin toplumsallık duygusu üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H11: Kültürel yatay bireyselliğin toplumsal sorumluluk ve fedakârlık üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H12: Kültürel yatay bireyselliğin toplumsal ilgi üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H13: Etnosporlarla ilgilenimin kültürel dikey kolektivizm ile toplumsallık duygusu arasındaki ilişkide anlamlı moderatör etkisi vardır.

H14: Etnosporlarla ilgilenimin kültürel dikey kolektivizm ile toplumsal sorumluluk ve fedakârlık arasındaki ilişkide anlamlı moderatör etkisi vardır.

H15: Etnosporlarla ilgilenimin kültürel dikey kolektivizm ile toplumsal ilgi arasındaki ilişkide anlamlı moderatör etkisi vardır.

H16: Etnosporlarla ilgilenimin kültürel yatay kolektivizm ile toplumsallık duygusu arasındaki ilişkide anlamlı moderatör etkisi vardır.

H17: Etnosporlarla ilgilenimin kültürel yatay kolektivizm ile toplumsal sorumluluk ve fedakârlık arasındaki ilişkide anlamlı moderatör etkisi vardır.

H18: Etnosporlarla ilgilenimin kültürel yatay kolektivizm ile toplumsal ilgi arasındaki ilişkide anlamlı moderatör etkisi vardır.

H19: Etnosporlarla ilgilenimin kültürel dikey bireysellik ile toplumsallık duygusu arasındaki ilişkide anlamlı moderatör etkisi vardır.

H20: Etnosporlarla ilgilenimin kültürel dikey bireysellik ile toplumsal sorumluluk ve fedakârlık arasındaki ilişkide anlamlı moderatör etkisi vardır.

H21: Etnosporlarla ilgilenimin kültürel dikey bireysellik ile toplumsal ilgi arasındaki ilişkide anlamlı moderatör etkisi vardır.

H22: Etnosporlarla ilgilenimin kültürel yatay bireysellik ile toplumsallık duygusu arasındaki ilişkide anlamlı moderatör etkisi vardır.

H23: Etnosporlarla ilgilenimin kültürel yatay bireysellik ile toplumsal sorumluluk ve fedakârlık arasındaki ilişkide anlamlı moderatör etkisi vardır.

H24: Etnosporlarla ilgilenimin kültürel yatay bireysellik ile toplumsal ilgi arasındaki ilişkide anlamlı moderatör etkisi vardır.

Verilerin Analizi

Demografik Özellikler

Katılımcıların %48'i kadınlardan, %52'si erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların tamamı 18-27 yaş gurubundadır. Gelir durumu dağılımlarında, katılımcıların %69,5 ile 3000-4500 TL arasında gelire sahip oldukları görülmektedir. Katılımcıların çoğunlukla üniversite mezunu (%43) ve memur (%36) oldukları görülmektedir. Son olarak, medeni durum dağılımında katılımcıların %66'sınının bekâr ve %34'ünün evli olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma Değişkenlerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırma değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler ve güvenilirlik katsayıları (α) şu şekildedir; kültürel dikey kolektivizm değişkeninin ortalaması 3,34 (standart sapma: 0,58; $\alpha=0,81$), kültürel yatay kolektivizm değişkeninin ortalaması 4,01 (standart sapma: 0,42; $\alpha=0,83$), kültürel dikey bireysellik değişkeninin ortalaması 2,13 (standart sapma: 1,01; $\alpha=0,88$), kültürel yatay bireysellik değişkeninin ortalaması 2,48 (standart sapma: 1,04; $\alpha=0,89$), toplumsallık duygusu değişkeninin ortalaması 3,76 (standart sapma: 0,84; $\alpha=0,78$), toplumsal sorumluluk ve fedakârlık değişkeninin ortalaması 3,91 (standart sapma: 0,63; $\alpha=0,80$) ve toplumsal ilgi değişkeninin ortalaması 3,81'dir (standart sapma: 0,73; $\alpha=0,77$).

Görüldüğü üzere kültürel değer değişkeninin alt boyutlarından en yüksek ortalamaya kültürel yatay kolektivizm sahipken, toplumsal aidiyet değişkeninin alt boyutlarından ise toplumsal sorumluluk ve fedakârlık en yüksek ortalamaya sahiptir. Bununla birlikte tüm değişkenlerin üst düzey güvenilirlik katsayılarına sahip oldukları görülmektedir.

Gençlerin Kültürel Değer Algılarının Toplumsal Aidiyet Algıları Üzerindeki Etkileri

Kültürel değerlerin toplumsal aidiyet üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amacıyla doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır. İlk olarak, kültürel dikey kolektivizmin toplumsal aidiyet üzerine etkileri incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 1 ve 2'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: Toplumsallık Duygusu Bağımsız Değişken: Kültürel Dikey Kolektivizm, Kültürel Yatay Kolektivizm, Kültürel Dikey Bireysellik, Kültürel Yatay Bireysellik	R	R²	Düzeltilmiş R²
	0,80	0,65	0,61
ANOVA Değerleri	Kareler Toplamı	sd	Ortalama Kare
Regresyon	65,76	3	49,38
Artıklar	195,91	997	0,421
Toplam	261,67	1000	
Model	F= 1793,23 p= 0,000		

Tablo 1’de görüldüğü üzere yapılan analiz %95 güven aralığında ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır (p=0,000; Düzeltilmiş R² = 0,61). Modelde yar alan değişkenlerin Beta değerleri Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Değişkenlerin Beta Değerleri

Bağımlı değişken: Toplumsallık Duygusu	Std. mamış		Std. laştırılmış		p
	B	Standart hata	Beta	t değerleri	
Sabit değişken	0,000	0,326		12,709	0,998
Kültürel Dikey Kolektivizm	0,331	0,044	-0,004	4,097	0,000
Kültürel Yatay Kolektivizm	0,261	0,087	0,294	2,730	0,000
Kültürel Dikey Bireysellik	0,030	0,060	0,055	0,510	0,532
Kültürel Yatay Bireysellik	0,012	0,078	0,031	1,012	0,215

Tablo 2’de görüldüğü üzere kültürel dikey kolektivizm ve kültürel yatay kolektivizm, toplumsallık duygusu üzerinde pozitif etkiye sahiptir (p<0,05). Yani, bireylerdeki kültürel dikey kolektivizm ve kültürel yatay kolektivizm algıları arttıkça toplumsallık duygusu da artmaktadır. Ancak kültürel dikey bireysellik ile kültürel yatay bireyselliğin toplumsallık duygusu üzerine herhangi bir etkisi olmadığı görülmektedir (p<0,05). Bu sonuçlar doğrultusunda H1 ve H4 hipotezleri kabul edilmiş, H7 ve H10 hipotezleri ise reddedilmiştir.

İkinci olarak, kültürel değerlerin toplumsal sorumluluk ve fedakârlık üzerine etkileri incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 3 ve 4’te gösterilmiştir.

Tablo 3. Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: Toplumsal Sorumluluk ve Fedakârlık	R	R²	Düzeltilmiş R²
Bağımsız Değişken: Kültürel Dikey Kolektivizm, Kültürel Yatay Kolektivizm, Kültürel Dikey Bireysellik, Kültürel Yatay Bireysellik	0,58	0,44	0,41
ANOVA Değerleri	Kareler Toplamı	sd	Ortalama Kare
Regresyon	38,658	3	12,89
Artıklar	223,013	997	0,743
Toplam	261,671	1000	
Model	F= 134,232 p= 0,000		

Tablo 3’de görüldüğü üzere yapılan analiz %95 güven aralığında ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır (p=0,000; Düzeltilmiş R² = 0,41). Modelde yar alan değişkenlerin Beta değerleri Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4. Değişkenlerin Beta Değerleri

Bağımlı değişken: Toplumsal Sorumluluk ve Fedakârlık	Std. mamış		Std. laştırılmış	t değerleri	P
	B	Standart hata	Beta		
Sabit değişken	0,587	0,145		4,434	0,000
Kültürel Dikey Kolektivizm	0,331	0,044	-0,004	4,441	0,000
Kültürel Yatay Kolektivizm	0,261	0,087	0,294	2,258	0,000
Kültürel Dikey Bireysellik	0,066	0,180	0,097	1,375	0,418
Kültürel Yatay Bireysellik	0,031	0,087	0,074	0,879	0,521

Tablo 4’de görüldüğü üzere kültürel dikey kolektivizm ve kültürel yatay kolektivizm toplumsal sorumluluk ve fedakârlık üzerinde etkilidir (p<0,05). Yani bireylerin kültürel dikey ve yatay kolektivizm algıları arttıkça toplumsal sorumluluk ve fedakârlıkları da artmaktadır. Ancak kültürel dikey bireysellik ve kültürel yatay bireyselliğin toplumsal sorumluluk ve fedakârlık üzerinde herhangi bir etkisi yoktur (p<0,05). Bu sonuç doğrultusunda H2 ve H5 hipotezleri kabul edilmiş H8 ve H11 hipotezleri reddedilmiştir.

Üçüncü ve son olarak, kültürel değerlerin toplumsal ilgi üzerine etkileri incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 5 ve 6’da gösterilmiştir.

Tablo 5. Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgi Bağımsız Değişken: Kültürel Dikey Kolektivizm, Kültürel Yatay Kolektivizm, Kültürel Dikey Bireysellik, Kültürel Yatay Bireysellik	R	R²	Düzeltilmiş R²
	0,47	0,38	0,36
ANOVA Değerleri	Kareler Toplamı	sd	Ortalama Kare
Regresyon	169,892	3	23,29
Artıklar	91,779	997	0,846
Toplam	261,671	1000	
Model	F= 3,160 p= 0,025		

Tablo 5’de görüldüğü üzere, yapılan regresyon analizi %95 güven aralığında ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır (p=0,000; Düzeltilmiş R² = 0,028). Modelde yar alan değişkenlerin Beta değerleri Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6. Değişkenlerin Beta Değerleri

Bağımlı değişken: Toplumsal İlgi	Std. mamış		Std. laştırılmış		p
	B	Standart hata	Beta	t değerleri	
Sabit değişken	3,728	0,152		24,471	0,000
Kültürel Dikey Kolektivizm	0,522	0,111	0,621	3,621	0,000
Kültürel Yatay Kolektivizm	0,403	0,136	0,541	2,963	0,003
Kültürel Dikey Bireysellik	0,180	0,091	0,247	1,967	0,050
Kültürel Yatay Bireysellik	0,138	0,098	0,339	2,275	0,052

Tablo 6’da görüldüğü üzere kültürel dikey kolektivizm ve kültürel yatay kolektivizm toplumsal ilgi üzerinde etkilidir (p<0,05) Yani bireylerin kültürel dikey ve yatay kolektivizm algıları arttıkça toplumsal ilgi de artmaktadır. Ancak kültürel dikey bireysellik ve kültürel yatay bireyselliğin toplumsal ilgi üzerinde herhangi bir etkisi yoktur (p>0,05). Bu sonuç doğrultusunda H3 ve H6 hipotezleri kabul edilirken, H9 ve H12 hipotezleri reddedilmiştir.

Moderatör Etki Analizleri

Moderatör (düzenleyici) etki, “bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki ilişkilerin dolaylı olarak diğer bağımsız değişken(ler) tarafından etkilenmesidir” (Başar,

2018: ss 170; Erciş ve Türk, 2016). Bu araştırmada etnosporlarla ilgilenim moderatör değişken, kültürel değerler (kültürel dikey kolektivizm, kültürel yatay kolektivizm, kültürel dikey bireysellik, kültürel yatay bireysellik) bağımsız değişken; toplumsal aidiyet (toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, toplumsal ilgi) bağımlı değişken olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda, kültürel değerlerin alt bileşenleri ile toplumsal aidiyetin alt bileşenleri arasındaki ilişki üzerinde etnosporlarla ilgilenimin etkisinin olup olmadığı belirlenmesi için hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Kültürel değerlerin alt bileşenleri için analiz 12 kez yapılmıştır. Sadece moderatör etkinin tespit edildiği analiz sonuçları tablolaştırılmıştır. Sonuçlar Tablo 7 ve Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 7. Hiyerarşik Regresyon Analizi sonuçları

	Model*	B	Std. Hata	β	t	P
Model 1	Kültürel Dikey Kolektivizm	0,876	0,32	0,798	34,57	0,000
	Etnosporlarla İlgilenim	0,219	0,38	0,203	2,90	0,000
	R²= 0,77 Düz. R²=0,75 F= 1321,439 p=0,000					
Model 2	Kültürel Dikey Kolektivizm	0,875	0,33	0,797	34,59	0,000
	Etnosporlarla İlgilenim	0,095	0,38	0,200	2,87	0,000
	Kültürel Dikey Kolektivizm *	0,082	0,03	0,081	2,21	0,000
	Etnosporlarla İlgilenim	R²= 0,83 Düz. R²=0,81 F= 785,024 p=0,000				

*: Bağımlı Değişken= Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık Metot= Enter

Tablo 7 Model 1’de görüldüğü üzere, kültürel dikey kolektivizm ve etnosporlarla ilgilenim değişkenleri toplumsal sorumluluk ve fedakârlık algısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkilere sahiptirler (p=0,000). Model 2’de ise etnosporlarla ilgilenim moderatör değişken olarak analize dâhil edilmiştir. Moderatör değişkenin düzeltilmiş R² değerini artırması ve analizin istatistiksel olarak anlamlı olması, etkinlikle ilgilenimin moderatör etkisinin var olduğunu göstermektedir (Düz. R²=0,81; F=785,024; p=0,000). Bu sonuçlar doğrultusunda, H14 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 8. Hiyerarşik Regresyon Analizi sonuçları

	Model*	B	Std. Hata	β	t	P
Model 1	Kültürel Yatay Kolektivizm	0,766	0,30	0,788	43,56	0,000
	Etnosporlarla İlgilenim	0,331	0,23	0,301	3,78	0,000
R²= 0,87 Düz. R²=0,73 F= 305,14 p=0,000						
Model 2	Kültürel Yatay Kolektivizm	0,766	0,05	0,788	8,27	0,000
	Etnosporlarla İlgilenim	0,329	0,06	0,200	7,47	0,000
	Kültürel Yatay Kolektivizm * Etnosporlarla İlgilenim	0,201	0,05	0,198	4,31	0,000
R²= 0,89 Düz. R²=0,78 F= 872,784 p=0,000						

*: Bağımlı Değişken= Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık Metot= Enter

Tablo 8 Model 1’de görüldüğü üzere, kültürel yatay kolektivizm ve etnosporlarla ilgilenim değişkenleri toplumsal sorumluluk ve fedakârlık algısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkilere sahiptirler (p=0,000). İkinci modelde ise etnosporlarla ilgilenim moderatör değişken olarak analize dâhil edilmiştir. Moderatör değişkenin düzeltilmiş R² değerini artırması ve analiz istatistiksel olarak anlamlı olması, etkinlikle ilgilenimin moderatör etkisinin var olduğunu göstermektedir (Düz. R²=0,81; F=785,024; p=0,000). Bu sonuçlar doğrultusunda, H17 hipotezi kabul edilmiştir. Etnosporlarla ilgilenimin moderatör etkisine yönelik geliştirilen H13, H15, H16, H18, H19, H20, H21, H22, H23 ve H24 hipotezleri ise reddedilmiştir.

Sonuç

Gençlerin bireysel ve kolektivist kültürel değer algılarının, toplumsal aidiyeti oluşturan; toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal ilgi alt boyutları üzerindeki etkilerini Etnosporlarla ilgilenim düzeyleri açısından incelemektir. Etnosporların kültürel değerler ve toplumsal aidiyet şeklindeki temel toplumsal kavramlarla ilişkisinin ortaya konmasının, konunun teorik ve ampirik temeline yönelik literatürde önemli bir boşluğu dolduracağı öngörülmektedir. Araştırma kapsamında, 3. Etnospor Kültür Festivaline katılan 18-27 yaş arası bireyler üzerinde anket uygulanarak ver temini yapılmıştır. Araştırma sonucunda ulaşılan bulgular şu şekildedir:

Katılımcıların %48’i kadınlardan, %52’si erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların tamamı 18-27 yaş gurubundadır. Gelir durumu dağılımlarında, katılımcıların %69,5 ile 3000-4500 TL arasında gelire sahip oldukları görülmektedir. Katılımcıların çoğunlukla üniversite mezunu (%43) ve memur (%36) oldukları görülmektedir. Son olarak, mede-

ni durum dağılımında katılımcıların %66'sının bekâr ve %34'ünün evli olduğu tespit edilmiştir.

Kültürel değer değişkeninin alt boyutlarından en yüksek ortalamaya kültürel yatay kolektivizm sahipken, toplumsal aidiyet değişkeninin alt boyutlarından ise toplumsal sorumluluk ve fedakârlık en yüksek ortalamaya sahiptir.

Yapılan doğrusal regresyon analizleri sonucunda kültürel değer değişkeninin alt bileşenlerinden kültürel dikey ve yatay kolektivizmin, toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal ilgi üzerinde anlamlı ve pozitif etkilere sahip olduğu görülmüştür. Yani kültürel dikey ve yatay kolektivizm algıları yüksek olan genç bireylerde; toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal ilgi da yüksek olmaktadır. Dolayısıyla kolektivizmin öne çıktığı genç bireylerde toplumsal aidiyet algısı da artmaktadır. Öte yandan, kültürel dikey ve yatay bireyselliğin toplumsal aidiyetin alt bileşenlerinin hiçbiri üzerinde etkisi olmadığı belirlenmiştir. Bu doğrultuda bireyselliğin ön planda olduğu gençlerde toplumsal aidiyet algısının desteklenmediği söylenebilir.

Diğer taraftan etnosporlarla ilgilenimin kültürel değer algıları ile toplumsal aidiyet arasındaki ilişki de moderatör etkiye sahip olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda yapılan hiyerarşik regresyon analizinde, gençlerin kültürel dikey ve yatay kolektivizm algıları ile toplumsal sorumluluk ve fedakârlık algısı arasındaki ilişkide etnosporlarla ilgilenimin moderatör etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Yani kolektivist kültürel bir algıya sahip genç bireylerde toplumsal aidiyet duygusunun oluşumunda etnosporlarla ilgilenim pozitif bir rol oynamaktadır. Bu bakımdan etnosporlarla ilgilenen kolektivist kültüre sahip gençlerde toplumsal aidiyet duygusunun daha fazla geliştiği söylenebilir.

Güncel araştırmada sadece belirli bir etnospor faaliyetine katılan genç bireyler ele alınmıştır. Gelecekte konu üzerine yapılacak çalışmalarda etnosporların yaygın olduğu diğer ülkelerden katılımcılara ulaşılarak karşılaştırmalı araştırmalar literatüre katkı sağlayabilir.

Kaynakça

- Alexandris, K., Tsaousi, E., & James, J. (2007). Predicting sponsorship outcomes from attitudinal constructs: The case of a professional basketball event. *Sport Marketing Quarterly*, 16(3), 130.
- Başar, E. E. (2018). Uluslararası Spor organizasyonlarında ulusal markaların sponsorluk faaliyetlerinin incelenmesi: Sponsora yönelik tutumun aracılık etkisi ve etkinlikle ilgilenimin moderatör rolü. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(1), 157-176.
- Bilgin, N. (1999). *Evrenselcilik-farkçılık geriliminde kolektif kimlik*. Sistem Yayıncılık.

- Chiou, J. S. (2001). Horizontal and vertical individualism and collectivism among college students in the United States, Taiwan, and Argentina. *The Journal of Social Psychology, 141*(5), 667-678.
- Erciş, A. ve Türk, B. (2016). Etik çerçevesinde tüketim, tüketici ve çevre: Ekolojik okuryazarlığın moderatör rolü, *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi, 20*(2), 1-24.
- Furman, G. C. (1998). Postmodernism and community in schools: Unraveling the paradox. *Educational Administration Quarterly, 34*(3), 298-328.
- Güngör, E. (1997). *Ahlak psikolojisi ve sosyal ahlak*. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Hofstede, G. (1985). The interaction between national and organizational value systems [1]. *Journal of management studies, 22*(4), 347-357.
- Kagıtcıbası, C. (2005). Autonomy and relatedness in cultural context: Implications for self and family. *Journal of cross-cultural psychology, 36*(4), 403-422.
- Kurtulus, K. (1998). *Pazarlama araştırmaları*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.
- Li, F., & Aksoy, L. (2007). Dimensionality of individualism - collectivism and measurement equivalence of Triandis and Gelfand's scale. *Journal of Business and Psychology, 21*(3), 313-329.
- McMillan, J. H. (1996). *Educational research: Fundamentals for the consumer*. Harper Collins College Publishers, 10 East 53rd Street, New York, NY 10022; World Wide Web: <http://www.harpercollins.com/college>.
- Sayar, K. (2003). *Sosyokültürel açıdan kişilik bozuklukları*, *Yeni Symposium, 41*(2), 71-77.
- Soenens, B., Park, S. Y., Mabbe, E., Vansteenkiste, M., Chen, B., Van Petegem, S., & Brenning, K. (2018). The moderating role of vertical collectivism in south-korean adolescents' perceptions of and responses to autonomy-supportive and controlling parenting. *Frontiers in psychology, 9*, 1080.
- Thuesen, V. (2002). *Social support, sense of community and self-perceived health*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gonzaga University, USA.
- Ülken, H. Z. (2001). *Bilgi ve değer*, (2. Baskı), İstanbul: Ülken Yayınları.

