



www.turkishstudies.net/economy

Turkish Studies - Economics, Finance, Politics

eISSN: 2667-5625

Review Article / Derleme Makalesi



ANKARA SCIENCE
UNIVERSITY

A Psychosocial Perspective on the Turkish Sports Economy: Individual, Society, and Consumption Dynamics

Türk Spor Ekonomisine Psikososyal Bir Bakış: Birey, Toplum ve Tüketim Dinamikleri

Rıdvan Özkan* - Recep Nur Uzun** - Özge Orhan Akar*** - Ali İhsan Çebi****

Abstract: This study examines the Turkish sports economy from a psychosocial perspective, investigating the interactions between individual, societal, and consumption dynamics. It is emphasized that sport is not merely a physical activity but a multidimensional social phenomenon composed of economic, cultural, and psychosocial processes. The research adopted a qualitative approach and was conducted using the literature review method. Data were acquired through the review of national and international academic sources. The aim of the work is to assess the role of social capital, organizational commitment, and digital transformation as much as economic investments in the advancement of Türkiye's sports economy. The findings obtained indicate that the sustainable development of the sports industry can be achieved not only through financial resources but also via psychosocial factors such as communal participation, organizational learning, and emotional attachment. It was determined that emotional attachment in sports institutions creates positive effects on employee motivation, productivity, and institutional belonging. Furthermore, it is stressed that local governments' sports policies should align with the principles of social justice, equal opportunity, and inclusivity. From a microeconomic aspect, it is stated that the equilibrium of supply and demand in the sports market is closely linked to individuals' consumption behaviors and psychological satisfaction levels. In recent

* Corresponding Author: Asst. Prof. Dr., Kastamonu University, Faculty of Sports Sciences, Department of Physical Education and Sports

Sorumlu Yazar: Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Bölümü

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-7943-6186>

ridvanozkansgm@hotmail.com

** Asst. Prof. Dr., Ondokuz Mayıs University, Yaşar Doğu Faculty of Sports Sciences, Department of Sports Management
Dr. Öğr. Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Yaşar Doğu Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0825-8722>

recepnur.uzun@omu.edu.tr

*** Res. Asst., Ondokuz Mayıs University, Yaşar Doğu Faculty of Sports Sciences, Department of Coaching Education
Arş. Gör., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Yaşar Doğu Spor Bilimleri Fakültesi, Antrenörlük Eğitimi Bölümü

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1465-3067>

ozgeorhan@gmail.com

**** Independent Researcher

Bağımsız Araştırmacı

ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2773-7312>

iletisim@alihsancebi.com.tr

Cite as/ Atıf: Özkan, R., Uzun, R. N., Orhan Akar, Ö., & Çebi, A. İ. (2026). A psychosocial perspective on the Turkish sports economy: Individual, society, and consumption dynamics / Türk spor ekonomisine psikososyal bir bakış: Birey, toplum ve tüketim dinamikleri. *Turkish Studies – Economics, Finance, Politics*, 21(Ö1), 3703-3749. [Special Issues Dedicated to Prof. Dr. Mahmut Özer], Ankara Bilim University Publications.
<https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.88118>

Received/Geliş: 02 November/Kasım 2025

Accepted/Kabul: 15 September/Eylül 2026

Published/Yayın: 20 September/Eylül 2026

Checked by plagiarism software



years, digitalization, sustainability, and environmental awareness have fundamentally altered the trajectory of the sports economy. It is observed that the digital transformation process provides a competitive edge through "green sports brand loyalty" and eco-friendly information technologies; moreover, the fields of e-sports and digital entrepreneurship are redefining identity formation and modes of social engagement for younger generations. In this context, the sports economy has evolved into a platform that supports social welfare, ecological responsibility, and societal cohesion, not just an income-generating system. In conclusion, the future of the Turkish sports economy must rely on an inclusive vision integrating digital transformation, environmental sustainability, and psychosocial resilience, going beyond mere economic growth. Sport needs to be viewed as a domain of development bound by ethical values, centering on individual motivation and societal involvement. This perspective will augment the capacity of Turkey's sports policies to generate both economic and social prosperity and will contribute to building a sustainable sports ecosystem.

Keywords: Sports Economy, Digital Transformation, Psychosocial Approach, Social Capital, Sustainability

Öz: Bu çalışma, Türkiye’de spor ekonomisini psikososyal bir perspektiften ele alarak bireysel, toplumsal ve tüketime ilişkin dinamikler arasındaki etkileşimleri incelemektedir. Sporun yalnızca fiziksel bir etkinlik olmadığı; ekonomik, kültürel ve psikososyal süreçlerden oluşan çok boyutlu bir toplumsal olgu olduğu vurgulanmaktadır. Araştırmada nitel yaklaşım benimsenmiş ve literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Veriler, ulusal ve uluslararası akademik kaynakların incelenmesi yoluyla elde edilmiştir. Çalışmanın amacı, Türkiye’de spor ekonomisinin gelişiminde ekonomik yatırımlar kadar sosyal sermayenin, örgütsel bağlılığın ve dijital dönüşümün rolünü değerlendirmektir.

Elde edilen bulgular, spor endüstrisinin sürdürülebilir gelişiminin yalnızca finansal kaynaklarla değil; toplumsal katılım, örgütsel öğrenme ve duygusal bağlılık gibi psikososyal faktörlerle de sağlanabileceğini göstermektedir. Spor kurumlarında duygusal bağlılığın çalışanların motivasyonu, verimliliği ve kurumsal aidiyeti üzerinde olumlu etkiler oluşturduğu belirlenmiştir. Ayrıca yerel yönetimlerin spor politikalarının sosyal adalet, fırsat eşitliği ve kapsayıcılık ilkeleriyle uyumlu olması gerektiği vurgulanmaktadır. Mikroekonomik açıdan spor piyasasındaki arz ve talep dengesinin, bireylerin tüketim davranışları ve psikolojik tatmin düzeyleriyle yakından ilişkili olduğu ifade edilmektedir.

Son yıllarda dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve çevre bilinci, spor ekonomisinin gelişim yönünü köklü biçimde değiştirmiştir. Dijital dönüşüm sürecinin, “yeşil spor markası sadakati” ve çevre dostu bilgi teknolojileri aracılığıyla rekabet avantajı sağladığı; ayrıca e-spor ve dijital girişimcilik alanlarının genç kuşakların kimlik oluşumunu ve toplumsal katılım biçimlerini yeniden tanımladığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda spor ekonomisi, yalnızca gelir üreten bir sistem olmanın ötesine geçerek sosyal refahı, ekolojik sorumluluğu ve toplumsal bütünleşmeyi destekleyen bir platforma dönüşmüştür.

Sonuç olarak Türkiye’de spor ekonomisinin geleceği, salt ekonomik büyümenin ötesine geçerek dijital dönüşümü, çevresel sürdürülebilirliği ve psikososyal dayanıklılığı bütünleştiren kapsayıcı bir vizyona dayanmalıdır. Sporun, bireysel motivasyonu ve toplumsal katılımı merkeze alan, etik değerlere bağlı bir gelişim alanı olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu perspektif, Türkiye’nin spor politikalarının hem ekonomik hem de toplumsal refah üretme kapasitesini artıracak ve sürdürülebilir bir spor ekosisteminin oluşturulmasına katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Spor Ekonomisi, Dijital Dönüşüm, Psikososyal Yaklaşım, Sosyal Sermaye, Sürdürülebilirlik

Structured Abstract:

This study looks at Turkey's sports economy through a psychosocial lens, showing how sport reaches far beyond physical performance—it's a layered world where money, community, and culture meet, like the hum of a stadium blending with the rhythm of city life. The study explores one key question: how do personal drive, community connections, and the push toward digital change work together to shape a sports economy in Türkiye that's both sustainable and open to everyone? Here, the study seeks to show how economic investments mesh with psychosocial forces—things like shared participation, heartfelt commitment, and the everyday texture of an organization's culture. This research aims to shift focus from profit-driven views of sport to a people-centered, sustainable approach that connects with Türkiye's changing economy and policies—like turning a stadium's roar into a shared, lasting rhythm for its communities.

Theoretical Framework: This study builds on a blend of psychosocial motivation theories, social capital concepts, and sustainable development frameworks—woven together like threads in a bright, shifting tapestry. Classical economic models describe the sports economy through the push and pull of supply and demand, but newer studies reveal that factors like emotional attachment, identity, and a sense of belonging—think of fans painted in team colors—strongly shape how consumers act and how institutions perform. Barbu and colleagues' work, like a well-thumbed set of research notes, stands out for its clarity and precision (2020) and Corvino et al. (2023) underscore that sport functions as a social institution where economic and moral values converge, contributing to public welfare. Corvino and colleagues (2020) show that sport works as a social institution where money and moral values meet—like fans cheering in unison for a cause—shaping the common good. Through this lens, the sports economy isn't just a closed loop of supply and demand—it's a living cultural network where personal drive, institutional learning, and shared identity connect, like fans cheering together under stadium lights. In Türkiye, growing digitalization and talk of sustainability have turned the sports world into a sharp tool of social policy—think solar-lit stadiums and data-driven training centers shaping community life.

Method: We used a qualitative, interpretive approach to explore how the economy, society, and sport intertwine—like threads crossing in a crowded stadium. The research drew mainly on a wide-ranging literature review that pulled together national and international studies in sport economics, sociology, and organizational psychology, weaving insights as tightly as threads in a running shoe. Researchers carefully reviewed peer-reviewed journals, institutional reports, and bibliometric studies to trace major theories, chart historical shifts, and spot new trends shaping the Turkish field—like the sudden rise of digital learning models after 2010. The interpretive design made it possible to weave together many kinds of data—from case studies on digital change in sports to hard numbers on social participation and environmental sustainability, like the sound of sneakers echoing through a newly built green stadium. This approach makes it possible to weave together a sharp analysis that goes beyond description, revealing the psychosocial forces shaping how Türkiye's sports economy has grown—like the mix of pride and ambition that fuels a packed stadium on game night.

Findings and Discussion: The findings show that Turkey's sports economy works like a layered social web, where money flows meet cultural identity, fan emotions, and the fast pulse of digital change. Sustainable growth in the sector hinges on weaving human-centered factors—like motivation, a sense of belonging, and ongoing learning—into every layer of economic planning, much like threads pulled tight through a well-worn fabric. When people feel emotionally connected to their sports organization, they're more driven from within, more willing to pitch in for the team, and more open to fresh ideas that move the place forward (Dixon et al., 2005). Across society, sports help build social bonds and shared identity—the kind you feel when a crowd roars together under stadium lights. Beyond their price tags, sporting events spark solidarity, bring neighbors back to the bleachers, and stir a deep sense of shared pride. Local governments play a crucial role in driving equality and inclusion through sports policies that build safe fields and support the emotional well-being of every player. Digitalization has radically reshaped Turkey's sports economy, fueling the rise of e-sports, buzzing online fan hubs, and new ways to buy everything from jerseys to streaming passes. As Rowe and Hutchins (2020) note, digital media has shifted audiences from quietly watching to diving in—chatting, posting, reacting—turning sport into a rich, sensory experience that meets our need to be seen and to belong. The findings show that environmental sustainability and digital transformation have moved from the sidelines to the heart of the sports economy, shaping everything from stadium design to data-driven fan experiences. Ji and colleagues (2025) highlight that “green sports brand loyalty” reflects the merging of ethical consumption and economic competitiveness. (2025) show that “green sports brand loyalty” grows where ethical buying

meets the drive to stay competitive—like fans choosing sneakers made from recycled mesh because they still perform. It fits the idea that lasting economic success comes from blending smart technology with real care for the environment—like a factory humming efficiently without choking the air.

Conclusion and Recommendations: The study finds that Turkey's sports economy will grow through a model blending mental resilience, digital innovation, and green sustainability—like stadium lights powered by clean energy. We should see sport not just as a business chasing profit, but as a force that can reshape communities—building shared well-being, fairness, and even a sense of care for the planet, like neighbors joining to plant trees after a game. The research shows that emotional commitment, social inclusion, and learning within an organization matter just as much as money when it comes to keeping growth alive—like the steady hum of a well-tuned engine. So, sports organizations in Türkiye need to build stronger leadership teams, invite real participation in decision-making, and weave AI-driven analytics into their work to manage things fairly and sustainably. The policy calls for public agencies, private investors, and local groups to work together—like players on the same field—so sports development truly supports wider social progress. Local governments should focus on making sports programs accessible to everyone, building greener facilities—think solar-lit fields—and boosting digital skills to strengthen both local economies and community well-being. Future studies should use mixed methods to track how sport-based policies shape social ties and personal well-being over time—like a neighborhood's shared pride after a season's final game. At its core, the study argues that sport in Türkiye needs a fresh lens—a lively space where money, mindset, and tradition meet, like colors blending on a sunlit field. This view not only pushes theoretical discussion forward but also places the Turkish sports economy as a model of sustainable, people-centered growth—one that beats with the same steady rhythm you can feel in a packed stadium and out on city streets alike.

Keywords: Sports Economy, Digital Transformation, Psychosocial Approach, Social Capital, Sustainability

الملخص المنظم:

تتناول هذه الدراسة اقتصاد الرياضة في تركيا من منظور نفسي اجتماعي، موضحةً أن الرياضة تتجاوز نطاق الأداء البدني لتشكل مجالاً متعدد الطبقات تتقاطع فيه الموارد المالية والمجتمع والثقافة، على نحو يشبه امتزاج أصدا الملاعب بإيقاع الحياة الحضرية. وتبحث الدراسة سؤالاً محورياً مفاده: كيف تتفاعل الدافعية الفردية والروابط المجتمعية والتوجه نحو التحول الرقمي في تشكيل اقتصاد رياضي في تركيا يتسم بالاستدامة والشمول وإتاحة المشاركة للجميع؟ وتسعى الدراسة، في هذا السياق، إلى بيان كيفية تكامل الاستثمارات الاقتصادية مع القوى النفسية الاجتماعية، مثل المشاركة الجماعية والالتزام الوجداني والممارسات اليومية التي تشكل نسيج الثقافة التنظيمية. كما تهدف إلى تحويل بؤرة الاهتمام من التصورات المتمحورة حول الربح في المجال الرياضي إلى مقارنة مستدامة تتمحور حول الإنسان وتتفاعل مع التحولات الاقتصادية والسياساتية في تركيا، بما يشبه تحويل هدير الملاعب إلى إيقاع جماعي مستدام في حياة المجتمعات.

الإطار النظري: تستند الدراسة إلى توليفة من نظريات الدافعية النفسية الاجتماعية، ومفاهيم رأس المال الاجتماعي، وأطر التنمية المستدامة، تتداخل فيما بينها كما تتشابك خيوط نسيج زاه ومتغير. وتفسر النماذج الاقتصادية الكلاسيكية اقتصاد الرياضة من خلال تفاعلات العرض والطلب، غير أن الدراسات الأحدث تكشف أن عوامل مثل الارتباط العاطفي والهوية والشعور بالانتماء، التي تتجلى، على سبيل المثال، وزملائه (2020) بوضوحها ودقتها Barbu في ترزين المشجعين بألوان فرقهم، تؤثر بقوة في سلوك المستهلكين وأداء المؤسسات. وتبرز أعمال وآخرون (2023) أن الرياضة تؤدي وظيفة Corvino على نحو يشبه مجموعة من الملاحظات البحثية التي يرجع إليها باستمرار، فيما يؤكد وزملاؤه (2020) أن الرياضة تعمل بوصفها Corvino مؤسسة اجتماعية تلقت فيها القيم الاقتصادية والأخلاقية، بما يسهم في الرفاه العام. ويبين مؤسسة اجتماعية تتقاطع فيها الموارد المالية والقيم الأخلاقية، كما يتوخد هتاف المشجعين من أجل قضية مشتركة، فتسهم بذلك في تشكيل الصالح العام. ومن هذا المنظور، لا يقتصر اقتصاد الرياضة على دائرة مغلقة من العرض والطلب، بل يشكل شبكة ثقافية حية تتفاعل فيها الدافعية الفردية والتعلم المؤسسي والهوية المشتركة، على نحو يماثل تآزر المشجعين تحت أضواء الملاعب. وفي تركيا، أدى تنامي الرقمنة واتساع النقاش بشأن الاستدامة إلى جعل المجال الرياضي أداة فعالة للسياسة الاجتماعية، كما يتجسد في الملاعب التي تعمل إنارتها بالطاقة الشمسية ومراكز التدريب المستندة إلى البيانات، وما تحدثه من تأثير في الحياة المجتمعية.

المنهج: اعتمدت الدراسة مقارنة نوعية تفسيرية لاستكشاف تداخل الاقتصاد والمجتمع والرياضة، على نحو يشبه تقاطع الخيوط في فضاء ملعب مكتظ. واستند البحث أساساً إلى مراجعة موسعة للأدبيات جمعت دراسات وطنية ودولية في اقتصاد الرياضة وعلم الاجتماع وعلم النفس التنظيمي، ودمجت رؤاها بترابط يماثل إحكام النسيج في حذاء مخصص للجري. وراجع الباحثون بعناية الدوريات العلمية المحكمة والتقارير المؤسسية والدراسات البليومترية، بهدف تتبع النظريات الرئيسة، ورصد التحولات التاريخية، وتحديد الاتجاهات الناشئة التي تشكل المجال الرياضي في تركيا، مثل الصعود المتسارع لنماذج التعلم الرقمي بعد عام 2010. وأتاح التصميم التفسيري دمج أنواع متعددة من البيانات بدءاً من دراسات الحالة المتعلقة بالتحول الرقمي في الرياضة، وصولاً إلى البيانات الكمية المتعلقة بالمشاركة الاجتماعية والاستدامة البيئية، في صورة تستحضر صدى وقع الأندية الرياضية في ملعب أخضر حديث الإنشاء. ونتيج هذه المقاربة بناء تحليل معقّق يتجاوز الوصف، ويكشف القوى النفسية الاجتماعية التي أسهمت في تشكيل تطور اقتصاد الرياضة في تركيا، على غرار تفاعل مشاعر الاعتزاز والطموح التي تبعث الحيوية في ملعب مكتظ ليلة المباراة.

النتائج والمناقشة: تكشف النتائج أن اقتصاد الرياضة في تركيا يعمل بوصفه شبكة اجتماعية متعددة الطبقات، تتقاطع فيها التدفقات المالية مع الهوية الثقافية وانبعاثات المشجعين والإيقاع المتسارع للتحويل الرقمي. ويعتمد النمو المستدام للقطاع على إدماج العوامل المتمحورة حول الإنسان، مثل الدافعية والشعور بالانتماء والتعلم المستمر، في جميع مستويات التخطيط الاقتصادي، كما تُشدّ الخيوط بإحكام في نسيج كثيف الاستعمال. فعندما يشعر الأفراد بارتباط عاطفي بمؤسساتهم الرياضية، تتعزز دافعيتهم الداخلية واستعدادهم للإسهام في العمل الجماعي وافتتاحهم وعلى المستوى المجتمعي، تسهم الرياضة في بناء الروابط (Dixon et al., 2005) على الأفكار الجديدة التي تدفع المؤسسة إلى الأمام، الاجتماعية والهوية المشتركة، كتلك المشاعر التي تتولد حين يتعالى هتاف الجمهور جماعياً تحت أضواء الملاعب. وإلى جانب قيمتها المالية تحفز الفعاليات الرياضية التضامن، وتعيد جمع أفراد الأحياء في المدرجات، وتثير شعوراً عميقاً بالاعتزاز الجماعي. وتضطلع الحكومات المحلية بدور حاسم في تعزيز المساواة والشمول من خلال سياسات رياضية تتيح ملاعب آمنة وتدعم الرفاه النفسي والانفعالي لكل ممارس للرياضة.

وقد أعادت الرقمنة تشكيل اقتصاد الرياضة في تركيا بصورة جذرية، إذ حفزت تنامي الرياضات الإلكترونية، والمجتمعات الجماهيرية Rowe النشطة عبر الإنترنت، والأنماط الجديدة لشراء المنتجات والخدمات الرياضية، من قمصان الفرق إلى اشتراكات البث. وكما يشير نقلت الوسائط الرقمية الجمهور من المشاهدة الصامتة إلى المشاركة الفاعلة من خلال المحادثة والنشر والتفاعل، محولة (Hutchins و 2020) الرياضة إلى تجربة حسية ثرية تستجيب لحاجة الأفراد إلى الظهور والاعتراف بهم والشعور بالانتماء. وتُظهر النتائج أن الاستدامة البيئية والتحول الرقمي انتقلا من هامش اقتصاد الرياضة إلى صميمه، وأصبعا يؤثران في مختلف مكوناته، من تصميم الملاعب إلى تجارب المشجعين وزملاؤه (2025) أن «الولاء للعلامات التجارية الرياضية الخضراء» يعكس النقاء الاستهلاكي الأخلاقي بالقدرة JI المستندة إلى البيانات. ويؤكد التنافسية الاقتصادية. كما يتضح في الطرح الوارد لعام (2025) أن «الولاء للعلامات التجارية الرياضية الخضراء» ينمو حيث تتقاطع المشتريات الأخلاقية مع السعي إلى الحفاظ على القدرة التنافسية، كما في اختيار المشجعين أندية رياضية مصنوعة من نسيج شبكي معاد تدويره مع احتفاظها بكفاءتها الأدائية. وينسق ذلك مع التصور القائل إن النجاح الاقتصادي المستدام يتحقق عبر الجمع بين التقنيات الذكية والاهتمام الفعلي بالبيئة على نحو يشبه مصنفًا يعمل بكفاءة من دون تلويث الهواء.

الخاتمة والتوصيات: تخلص الدراسة إلى أن نمو اقتصاد الرياضة في تركيا يرتبط بنموذج يدمج المرونة النفسية والابتكار الرقمي والاستدامة البيئية، كما تتجسد هذه العلاقة في إنارة الملاعب بالطاقة النظيفة. وينبغي النظر إلى الرياضة بوصفها قوة قادرة على إعادة تشكيل المجتمعات، إلى جانب كونها نشاطاً اقتصادياً يسعى إلى الربح، بما يعزز الرفاه المشترك والإنصاف والشعور بالمسؤولية تجاه الكوكب، كما يحدث حين يتعاون سكان أحد الأحياء على غرس الأشجار بعد مباراة. وتُظهر الدراسة أن الالتزام الوجداني والشمول الاجتماعي والتعلم التنظيمي تضاهي الموارد المالية أهمية في الحفاظ على استمرارية النمو، على نحو يماثل الانتظام المتواصل لمحرك محكم الضبط. ومن ثم، يتعين على المؤسسات الرياضية في تركيا تعزيز قدرات فرقها القيادية، وإتاحة مشاركة فعلية في اتخاذ القرارات، وإدماج التحليلات القائمة على الذكاء الاصطناعي في أعمالها، بما يدعم الإدارة المنصفة والمستدامة.

وتدعو التوصيات السياسية إلى تعاون الهيئات العامة والمستثمرين من القطاع الخاص والجماعات المحلية، كأئهم لاعبون في ميدان واحد، لضمان إسهام التنمية الرياضية إسهاماً فعلياً في التقدم الاجتماعي الأوسع. وينبغي للحكومات المحلية التركيز على إتاحة البرامج الرياضية للجميع، وتطوير منشآت أكثر مراعاة للبيئة، مثل الملاعب المضاءة بالطاقة الشمسية، وتعزيز المهارات الرقمية، بما يدعم الاقتصادات المحلية والرفاه المجتمعي معاً. كما ينبغي للدراسات المستقبلية اعتماد مناهج مختلطة لتتبع أثر السياسات القائمة على الرياضة في الروابط الاجتماعية والرفاه الفردي بمرور الزمن، بما يشمل مظاهر الاعتزاز المشترك لدى سكان الأحياء عقب المباراة الختامية للموسم. وتتمحور الحجة الأساسية للدراسة حول حاجة الرياضة في تركيا إلى منظور متجدد يراها مجالاً حيويًا تتلاقى فيه الموارد المالية والتوجهات الذهنية والتقاليد، كما تتمزج الألوان في ملعب تعمده أشعة الشمس. ولا تقتصر إسهامات هذا المنظور على تطوير النقاش النظري، بل تمتد إلى تقديم اقتصاد الرياضة التركي بوصفه نموذجاً للنمو المستدام المتمحور حول الإنسان، بإيقاع منتظم يمكن استنساخه في الملاعب المكتظة وفي شوارع المدن على حد سواء.

الكلمات المفتاحية: اقتصاد الرياضة، التحويل الرقمي، المقاربة النفسية الاجتماعية، رأس المال الاجتماعي، الاستدامة

Résumé Structuré:

Cette étude examine l'économie du sport en Turquie sous un angle psychosocial, en montrant que le sport dépasse largement la performance physique pour constituer un univers multidimensionnel où se rencontrent ressources financières, communauté et culture, à l'image du bruissement d'un stade se mêlant au rythme de la vie urbaine. Elle explore une question centrale : comment la motivation individuelle, les liens communautaires et la dynamique de transformation numérique interagissent-ils pour façonner, en Turquie, une économie du sport à la fois durable et accessible à tous ? Dans cette perspective, l'étude cherche à montrer comment les investissements économiques s'articulent avec les forces psychosociales, notamment la participation collective, l'engagement affectif et les pratiques quotidiennes constitutives de la culture organisationnelle. Cette recherche vise à déplacer l'attention des conceptions du sport centrées sur le profit vers une approche durable, centrée sur l'humain et adaptée aux mutations économiques et aux politiques publiques de la Turquie, comme si la clameur d'un stade devenait un rythme collectif durable pour les communautés qui l'entourent.

Cadre théorique : Cette étude repose sur l'articulation des théories psychosociales de la motivation, des concepts de capital social et des cadres du développement durable, entrelacés à la manière des fils d'une

tapiserie aux couleurs vives et changeantes. Les modèles économiques classiques expliquent l'économie du sport par les interactions entre l'offre et la demande. Toutefois, les recherches plus récentes révèlent que des facteurs tels que l'attachement émotionnel, l'identité et le sentiment d'appartenance, illustrés notamment par les supporters arborant les couleurs de leur équipe, influencent fortement les comportements des consommateurs et la performance des institutions. Les travaux de Barbu et de ses collègues (2020), comparables à un ensemble de notes de recherche fréquemment consultées, se distinguent par leur clarté et leur précision. Corvino et al. (2023) soulignent, pour leur part, que le sport fonctionne comme une institution sociale où convergent valeurs économiques et morales, contribuant ainsi au bien-être collectif. Corvino et ses collègues (2020) montrent également que le sport constitue une institution sociale dans laquelle ressources financières et valeurs morales se rencontrent, à l'image de supporters unissant leurs encouragements autour d'une cause, et participent à la construction du bien commun. Sous cet angle, l'économie du sport ne se réduit pas à un circuit fermé d'offre et de demande : elle constitue un réseau culturel vivant reliant motivation individuelle, apprentissage institutionnel et identité collective, à l'image de supporters réunis sous les projecteurs d'un stade. En Turquie, la progression de la numérisation et l'intensification des débats sur la durabilité ont fait du sport un instrument efficace de politique sociale, comme l'illustrent les stades éclairés à l'énergie solaire et les centres d'entraînement fondés sur les données qui contribuent à façonner la vie communautaire.

Méthode : Nous avons adopté une approche qualitative et interprétative afin d'explorer les interactions entre économie, société et sport, telles des fils qui se croisent dans un stade bondé. La recherche s'appuie principalement sur une vaste revue de la littérature réunissant des travaux nationaux et internationaux en économie du sport, en sociologie et en psychologie organisationnelle, dont les apports sont articulés aussi étroitement que les fibres d'une chaussure de course. Les chercheurs ont examiné attentivement des publications scientifiques évaluées par les pairs, des rapports institutionnels et des études bibliométriques afin de retracer les principales théories, de caractériser les évolutions historiques et de repérer les tendances émergentes qui structurent le champ sportif turc, notamment l'essor rapide des modèles d'apprentissage numérique après 2010. Le dispositif interprétatif a permis d'intégrer différents types de données, depuis les études de cas consacrées à la transformation numérique dans le sport jusqu'aux données quantitatives relatives à la participation sociale et à la durabilité environnementale, dans une évocation comparable au bruit des chaussures de sport résonnant dans un stade écologique nouvellement construit. Cette démarche permet d'élaborer une analyse approfondie qui dépasse la description pour mettre en évidence les forces psychosociales ayant façonné le développement de l'économie du sport en Turquie, à l'image de l'association de fierté et d'ambition qui anime un stade comble un soir de match.

Résultats et discussion : Les résultats montrent que l'économie du sport en Turquie fonctionne comme un réseau social multidimensionnel dans lequel les flux financiers rencontrent l'identité culturelle, les émotions des supporters et le rythme accéléré de la transformation numérique. La croissance durable du secteur dépend de l'intégration de facteurs centrés sur l'humain, tels que la motivation, le sentiment d'appartenance et l'apprentissage continu, à tous les niveaux de la planification économique, à la manière de fils fermement entrelacés dans un tissu marqué par l'usage. Lorsque les individus éprouvent un attachement émotionnel envers leur organisation sportive, leur motivation intrinsèque se renforce, leur disposition à contribuer à l'effort collectif augmente et leur ouverture aux idées nouvelles favorisant le développement de l'organisation s'accroît (Dixon et al., 2005). À l'échelle de la société, le sport contribue à consolider les liens sociaux et l'identité collective, comme le sentiment éprouvé lorsqu'une foule fait entendre une même clameur sous les projecteurs d'un stade. Au-delà de leur valeur monétaire, les manifestations sportives suscitent la solidarité, rassemblent à nouveau les habitants dans les tribunes et éveillent un profond sentiment de fierté partagée. Les collectivités locales jouent un rôle déterminant dans la promotion de l'égalité et de l'inclusion au moyen de politiques sportives qui favorisent l'aménagement de terrains sûrs et soutiennent le bien-être émotionnel de chaque pratiquant.

La numérisation a profondément reconfiguré l'économie du sport en Turquie, en stimulant l'essor du sport électronique, des communautés dynamiques de supporters en ligne et de nouveaux modes d'achat couvrant aussi bien les maillots que les abonnements aux services de diffusion en continu. Comme le soulignent Rowe et Hutchins (2020), les médias numériques ont fait évoluer les publics d'une posture de spectateurs passifs vers une participation active, à travers les échanges, les publications et les réactions, transformant ainsi le sport en une expérience sensorielle riche qui répond aux besoins de visibilité et d'appartenance. Les résultats indiquent que la durabilité environnementale et la transformation numérique sont passées de la périphérie au cœur de l'économie du sport, influençant aussi bien la conception des stades que les expériences des supporters

fondées sur les données. Ji et ses collègues (2025) soulignent que la « fidélité aux marques sportives écologiques » traduit la convergence entre consommation éthique et compétitivité économique. Le passage portant la référence (2025) indique également que cette fidélité se développe à l'intersection des achats éthiques et de la volonté de maintenir la compétitivité, à l'image de supporters choisissant des chaussures fabriquées à partir de maille recyclée tout en conservant leurs qualités de performance. Cette observation s'inscrit dans l'idée qu'une réussite économique durable repose sur l'association de technologies intelligentes et d'un engagement effectif en faveur de l'environnement, à l'image d'une usine fonctionnant efficacement sans polluer l'air.

Conclusion et recommandations : L'étude conclut que le développement de l'économie du sport en Turquie repose sur un modèle associant résilience psychologique, innovation numérique et durabilité environnementale, à l'image de l'éclairage des stades alimenté par une énergie propre. Le sport doit être envisagé non seulement comme une activité économique orientée vers le profit, mais aussi comme une force susceptible de transformer les communautés, en favorisant le bien-être collectif, l'équité et le souci de la préservation de la planète, à l'image d'habitants se réunissant pour planter des arbres après un match. La recherche montre que l'engagement affectif, l'inclusion sociale et l'apprentissage organisationnel revêtent une importance aussi grande que les ressources financières pour entretenir la croissance, comme le fonctionnement régulier d'un moteur soigneusement réglé. Les organisations sportives en Turquie doivent donc renforcer leurs équipes dirigeantes, permettre une participation effective à la prise de décision et intégrer des outils d'analyse fondés sur l'intelligence artificielle afin de soutenir une gestion équitable et durable.

Les orientations proposées en matière de politiques publiques appellent à une coopération entre organismes publics, investisseurs privés et groupes locaux, tels des joueurs évoluant sur un même terrain, afin que le développement sportif contribue effectivement à un progrès social plus large. Les collectivités locales devraient privilégier l'accessibilité universelle des programmes sportifs, la construction d'installations plus respectueuses de l'environnement, notamment des terrains éclairés à l'énergie solaire, ainsi que le renforcement des compétences numériques, afin de soutenir conjointement les économies locales et le bien-être communautaire. Les recherches futures devraient recourir à des méthodes mixtes pour suivre, dans la durée, les effets des politiques fondées sur le sport sur les liens sociaux et le bien-être individuel, notamment à travers des manifestations telles que la fierté partagée d'un quartier après le dernier match d'une saison. Fondamentalement, l'étude soutient que le sport en Turquie appelle un regard renouvelé, qui le considère comme un espace vivant où se rencontrent ressources financières, dispositions psychologiques et traditions, à l'image de couleurs se mêlant sur un terrain baigné de soleil. Cette perspective contribue non seulement à faire progresser la réflexion théorique, mais présente également l'économie du sport turque comme un modèle de croissance durable centrée sur l'humain, animé par un rythme régulier perceptible aussi bien dans les stades bondés que dans les rues des villes.

Mots-clés: Économie du sport, transformation numérique, approche psychosociale, capital social, durabilité.

Resumen Estructurado:

Este estudio examina la economía del deporte en Turquía desde una perspectiva psicosocial y muestra que el deporte trasciende ampliamente el rendimiento físico para constituir un ámbito multidimensional en el que confluyen los recursos económicos, la comunidad y la cultura, de manera semejante al murmullo de un estadio que se entrelaza con el ritmo de la vida urbana. La investigación aborda una pregunta central: ¿cómo interactúan la motivación individual, los vínculos comunitarios y el impulso hacia la transformación digital para configurar en Turquía una economía del deporte sostenible y accesible para todos? En este contexto, el estudio pretende mostrar cómo las inversiones económicas se articulan con fuerzas psicosociales como la participación colectiva, el compromiso afectivo y las prácticas cotidianas que conforman la cultura organizacional. La investigación busca desplazar el énfasis de las concepciones del deporte orientadas al beneficio económico hacia un enfoque sostenible y centrado en las personas, vinculado con las transformaciones de la economía y de las políticas públicas de Turquía, como si el clamor de un estadio se convirtiera en un ritmo compartido y duradero para sus comunidades.

Marco teórico: El estudio se fundamenta en la integración de teorías psicosociales de la motivación, conceptos de capital social y marcos de desarrollo sostenible, entrelazados como los hilos de un tapiz de colores

vivos y cambiantes. Los modelos económicos clásicos explican la economía del deporte mediante las interacciones entre la oferta y la demanda; sin embargo, las investigaciones más recientes revelan que factores como el apego emocional, la identidad y el sentido de pertenencia, ejemplificados por los aficionados que se pintan con los colores de su equipo, influyen considerablemente en el comportamiento de los consumidores y en el desempeño institucional. Los trabajos de Barbu y sus colegas (2020), comparables a un conjunto de notas de investigación consultadas reiteradamente, destacan por su claridad y precisión. Por su parte, Corvino et al. (2023) subrayan que el deporte funciona como una institución social en la que convergen valores económicos y morales, contribuyendo al bienestar colectivo. Corvino y sus colegas (2020) muestran asimismo que el deporte actúa como una institución social donde confluyen los recursos económicos y los valores morales, de manera semejante a los aficionados que animan al unísono en favor de una causa, contribuyendo así a configurar el bien común. Desde esta perspectiva, la economía del deporte no constituye únicamente un circuito cerrado de oferta y demanda, sino una red cultural viva en la que se conectan la motivación individual, el aprendizaje institucional y la identidad compartida, como los aficionados que animan conjuntamente bajo las luces de un estadio. En Turquía, el avance de la digitalización y la creciente discusión sobre la sostenibilidad han convertido el ámbito deportivo en un instrumento eficaz de política social, como ilustran los estadios iluminados con energía solar y los centros de entrenamiento basados en datos que contribuyen a configurar la vida comunitaria.

Método: Se adoptó un enfoque cualitativo e interpretativo para explorar las interrelaciones entre economía, sociedad y deporte, semejantes a hilos que se cruzan en un estadio abarrotado. La investigación se sustentó principalmente en una revisión amplia de la literatura que reunió estudios nacionales e internacionales sobre economía del deporte, sociología y psicología organizacional, articulando sus aportaciones con una cohesión comparable a la de las fibras de una zapatilla de atletismo. Los investigadores examinaron cuidadosamente publicaciones científicas revisadas por pares, informes institucionales y estudios bibliométricos para identificar las principales teorías, trazar las transformaciones históricas y detectar las tendencias emergentes que configuran el ámbito deportivo turco, como el rápido auge de los modelos de aprendizaje digital después de 2010. El diseño interpretativo permitió integrar distintos tipos de datos, desde estudios de caso sobre la transformación digital en el deporte hasta datos cuantitativos sobre participación social y sostenibilidad ambiental, en una imagen que evoca el sonido de las zapatillas deportivas resonando en un estadio ecológico de reciente construcción. Este enfoque permite elaborar un análisis riguroso que trasciende la descripción y revela las fuerzas psicosociales que han configurado el desarrollo de la economía del deporte en Turquía, como la combinación de orgullo y ambición que anima un estadio lleno durante la noche de un partido.

Resultados y discusión: Los resultados muestran que la economía del deporte en Turquía funciona como una red social multidimensional en la que los flujos económicos se entrecruzan con la identidad cultural, las emociones de los aficionados y el ritmo acelerado de la transformación digital. El crecimiento sostenible del sector depende de la incorporación de factores centrados en las personas, como la motivación, el sentido de pertenencia y el aprendizaje continuo, en todos los niveles de la planificación económica, de manera semejante a los hilos firmemente entretejidos en una tela desgastada por el uso. Cuando las personas se sienten emocionalmente vinculadas con su organización deportiva, aumenta su motivación intrínseca, su disposición a contribuir al esfuerzo colectivo y su apertura a nuevas ideas que favorecen el desarrollo de la organización (Dixon et al., 2005). En el plano social, el deporte contribuye a fortalecer los vínculos sociales y la identidad compartida, como la que se experimenta cuando una multitud aclama al unísono bajo las luces de un estadio. Más allá de su valor monetario, los acontecimientos deportivos fomentan la solidaridad, vuelven a reunir a los vecinos en las gradas y suscitan un profundo sentimiento de orgullo colectivo. Los gobiernos locales desempeñan un papel fundamental en la promoción de la igualdad y la inclusión mediante políticas deportivas que impulsan la construcción de espacios deportivos seguros y apoyan el bienestar emocional de cada participante.

La digitalización ha reconfigurado radicalmente la economía del deporte en Turquía, impulsando el auge de los deportes electrónicos, las comunidades dinámicas de aficionados en línea y las nuevas modalidades de adquisición de productos y servicios, desde camisetas de equipos hasta suscripciones a transmisiones en continuo. Como señalan Rowe y Hutchins (2020), los medios digitales han transformado a las audiencias, que han pasado de la observación pasiva a la participación activa mediante conversaciones, publicaciones y reacciones, convirtiendo el deporte en una experiencia sensorial enriquecida que responde a las necesidades de visibilidad y pertenencia. Los resultados indican que la sostenibilidad ambiental y la transformación digital han

pasado de ocupar una posición periférica a situarse en el centro de la economía del deporte, influyendo en aspectos que abarcan desde el diseño de los estadios hasta las experiencias de los aficionados basadas en datos. Ji y sus colegas (2025) destacan que la «lealtad hacia las marcas deportivas ecológicas» refleja la convergencia entre el consumo ético y la competitividad económica. Asimismo, el planteamiento asociado a la referencia (2025) señala que esta lealtad se desarrolla allí donde las compras éticas confluyen con el propósito de mantener la competitividad, como ocurre cuando los aficionados eligen zapatillas fabricadas con malla reciclada que conservan sus prestaciones deportivas. Esta observación concuerda con la idea de que el éxito económico duradero depende de la integración de tecnologías inteligentes y un compromiso efectivo con el medio ambiente, como una fábrica que funciona eficientemente sin contaminar el aire.

Conclusión y recomendaciones: El estudio concluye que el crecimiento de la economía del deporte en Turquía se sustentará en un modelo que integre resiliencia psicológica, innovación digital y sostenibilidad ambiental, como ejemplifica la iluminación de los estadios mediante energías limpias. El deporte debe concebirse no solo como una actividad económica orientada a obtener beneficios, sino también como una fuerza capaz de transformar las comunidades, promoviendo el bienestar compartido, la equidad e incluso una conciencia de cuidado del planeta, como cuando los vecinos se reúnen para plantar árboles después de un partido. La investigación muestra que el compromiso afectivo, la inclusión social y el aprendizaje organizacional son tan importantes como los recursos económicos para mantener el crecimiento, de manera semejante al funcionamiento constante de un motor bien ajustado. Por consiguiente, las organizaciones deportivas de Turquía deben fortalecer sus equipos directivos, promover una participación efectiva en la toma de decisiones e incorporar herramientas analíticas basadas en inteligencia artificial para favorecer una gestión equitativa y sostenible.

Las recomendaciones de política pública abogan por la colaboración entre organismos públicos, inversores privados y grupos locales, como jugadores que comparten un mismo terreno de juego, para que el desarrollo deportivo contribuya efectivamente a un progreso social más amplio. Los gobiernos locales deberían priorizar el acceso universal a los programas deportivos, la construcción de instalaciones más respetuosas con el medio ambiente, como campos iluminados con energía solar, y el fortalecimiento de las competencias digitales, con el fin de impulsar tanto las economías locales como el bienestar comunitario. Las investigaciones futuras deberían emplear métodos mixtos para examinar longitudinalmente cómo las políticas basadas en el deporte influyen en los vínculos sociales y en el bienestar individual, como se manifiesta en el orgullo compartido de un vecindario tras el último partido de una temporada. En esencia, el estudio sostiene que el deporte en Turquía requiere una perspectiva renovada que lo conciba como un espacio dinámico donde confluyen los recursos económicos, las disposiciones psicológicas y las tradiciones, como colores que se funden en un campo iluminado por el sol. Esta perspectiva no solo contribuye al avance del debate teórico, sino que también sitúa la economía del deporte turca como un modelo de crecimiento sostenible y centrado en las personas, dotado de un ritmo constante que puede percibirse tanto en los estadios abarrotados como en las calles de las ciudades.

Palabras clave: Economía del deporte, transformación digital, enfoque psicosocial, capital social, sostenibilidad.

结构式摘要：

本研究从心理社会视角审视土耳其体育经济，揭示体育远不止于身体表现，而是一个经济资源、社区与文化相互交汇的多层次领域，犹如体育场内的声浪与城市生活的节奏相互交融。本研究围绕一个核心问题展开：个体动机、社区联系与数字化转型动力如何协同作用，塑造兼具可持续性与普遍可及性的土耳其体育经济？在此基础上，研究旨在阐明经济投资如何与集体参与、情感承诺以及组织文化的日常实践等心理社会力量相互融合。研究力图将体育研究的关注重点从利润导向的观念转向以人为本的可持续发展路径，使之与土耳其不断变化的经济环境及政策相衔接，犹如将体育场内的呐喊转化为社区共同维系的持久节奏。

理论框架： 本研究整合心理社会动机理论、社会资本概念与可持续发展框架，使其如同色彩鲜明且不断变化的织锦中的丝线般相互交织。古典经济模型通过供给与需求的相互作用解释体育经济，而较新的研究表明，情感依恋、身份认同与归属感等因素会显著影响消费者行为和机构绩效，

其具体表现可见于将球队颜色涂绘于身上的球迷。Barbu及其同事（2020）的研究以清晰性和精确性见长，犹如一套被反复翻阅的研究笔记；Corvino等人（2023）则强调，体育作为一种社会制度，使经济价值与道德价值在其中交汇，从而增进公共福祉。Corvino及其同事（2020）同样指出，体育发挥着社会制度的作用，使经济资源与道德价值相互结合，犹如球迷为共同事业齐声助威，并由此塑造共同利益。从这一视角来看，体育经济并非仅仅是供需关系构成的封闭循环，而是一个充满活力的文化网络，其中个体动机、制度性学习与集体认同相互联结，恰如球迷在体育场灯光下共同欢呼。在土耳其，日益深化的数字化进程以及围绕可持续发展的讨论，使体育领域成为社会政策的有力工具；采用太阳能照明的体育场和数据驱动的训练中心对社区生活的塑造，正是这一趋势的具体体现。

研究方法：本研究采用定性解释性研究取向，探究经济、社会与体育之间的交织关系，犹如拥挤体育场中相互交错的丝线。研究主要依托广泛的文献综述，汇集土耳其国内及国际上有关体育经济学、社会学与组织心理学的研究成果，并将其研究见解紧密整合，如同跑鞋中紧密编织的纤维。研究人员细致审阅了同行评议期刊文献、机构报告和文献计量研究，以梳理主要理论、追踪历史变迁，并识别塑造土耳其体育领域的新兴趋势，例如2010年后数字化学习模式的迅速兴起。解释性研究设计使多种类型的数据得以整合，既包括体育数字化转型的案例研究，也包括社会参与和环境可持续性的量化数据，其情境犹如运动鞋的脚步声在新建绿色体育场中回响。这一方法有助于形成超越描述层面的深入分析，揭示影响土耳其体育经济发展进程的心理社会力量，如同比赛之夜，满座体育场中交织的自豪感与进取心所激发的活力。

研究结果与讨论：研究结果表明，土耳其体育经济表现为一个多层次的社会网络，资金流动、文化认同、球迷情感与快速推进的数字化变革在其中相互交汇。该部门的可持续增长取决于能否将动机、归属感与持续学习等以人为本的因素融入经济规划的各个层面，犹如将丝线紧密织入一块久经使用的织物。当个体与其所属体育组织建立情感联系时，其内在动机更强，更愿意为团队作出贡献，也更乐于接受推动组织发展的新理念（Dixon et al., 2005）。在社会层面，体育有助于建立社会纽带和集体认同，其体验犹如人群在体育场灯光下齐声欢呼时形成的共同感受。体育赛事的作用超越其货币价值，能够激发团结意识，使邻里居民重新相聚于看台，并唤起深厚的集体自豪感。地方政府通过体育政策建设安全的运动场地，并支持每一位参与者的情绪福祉，在促进平等与包容方面发挥关键作用。

数字化深刻重塑了土耳其体育经济，推动了电子竞技、活跃的线上球迷社群以及新型消费方式的发展，其范围涵盖从球队球衣到流媒体观看订阅的各类产品与服务。正如Rowe和Hutchins（2020）所指出的，数字媒体促使受众从被动观看转向通过交流、发布内容和即时回应进行主动参与，使体育成为一种丰富的感官体验，回应个体被看见和获得归属感的需求。研究结果表明，环境可持续性数字化转型已从体育经济的边缘议题转变为核心要素，其影响覆盖体育场设计、数据驱动的球迷体验等多个方面。Ji及其同事（2025）强调，“绿色体育品牌忠诚度”体现了伦理消费与经济竞争力的融合。原文另一处标注为（2025）的论述亦指出，“绿色体育品牌忠诚度”产生于伦理购买与保持竞争力的诉求相互交汇之处，例如球迷选择由再生网布制成、同时仍保持运动性能的运动鞋。这与如下观点相契合：持久的经济成功源于智能技术与切实的环境关怀相结合，犹如一座高效运转而不污染空气的工厂。

结论与建议：本研究认为，土耳其体育经济的增长将依托一种融合心理韧性、数字创新与环境可持续性的发展模式，正如由清洁能源供电的体育场照明系统所体现的那样。体育不仅应被视为追求利润的商业活动，也应被视为能够重塑社区的社会力量，通过促进共同福祉、公平以及对地球环境的关怀发挥作用，犹如邻里居民在比赛结束后共同植树。研究表明，情感承诺、社会包容与组织学习对于维持增长的重要性，并不亚于资金投入，其作用如同调校良好的发动机所保持的稳定运转。因此，土耳其体育组织需要强化领导团队，推动实质性的决策参与，并将人工智能驱动的分析工具融入组织实践，以实现公平且可持续的管理。

政策建议强调公共机构、私人投资者与地方群体之间的协作，使各方如同在同一场地上配合的运动员，确保体育发展切实促进更广泛的社会进步。地方政府应着力提高体育项目的普遍可及性

·,建设更加环保的设施,例如采用太阳能照明的运动场,并提升数字技能,从而同时增强地方经济活力与社区福祉。未来研究应采用混合研究方法,持续追踪以体育为基础的政策如何随着时间推移影响社会纽带与个体福祉,例如一个社区在赛季最后一场比赛结束后形成的集体自豪感。归根结底,本研究主张以新的视角理解土耳其体育,将其视为经济资源、心理取向与传统相互交汇的活跃空间,犹如多种色彩在阳光照耀的运动场上交融。这一视角不仅推动理论讨论的深化,也将土耳其体育经济定位为可持续、以人为本的增长模式,其稳定的节奏既可在座无虚席的体育场中感知,也可在城市街道的日常生活中体会。

关键词: 体育经济;数字化转型;心理社会视角;社会资本;可持续性。

Структурированная Аннотация:

В настоящем исследовании экономика спорта Турции рассматривается с психосоциальной точки зрения. Показано, что спорт выходит далеко за пределы физических достижений и представляет собой многоуровневую сферу пересечения финансовых ресурсов, общественных связей и культуры, подобно тому как гул стадиона сливается с ритмом городской жизни. Центральный исследовательский вопрос заключается в следующем: каким образом индивидуальная мотивация, связи внутри сообществ и движение к цифровой трансформации взаимодействуют, формируя в Турции устойчивую и доступную для всех экономику спорта? В этом контексте исследование направлено на раскрытие взаимосвязей между экономическими инвестициями и психосоциальными факторами, включая совместное участие, эмоциональную приверженность и повседневные практики, составляющие основу организационной культуры. Цель исследования состоит в смещении акцента с ориентированных на прибыль представлений о спорте на человекоцентричный подход к устойчивому развитию, соотносящийся с изменениями в экономике и государственной политике Турции, — подобно превращению рёва стадиона в общий, устойчивый ритм жизни окружающих его сообществ.

Теоретическая основа: Исследование опирается на сочетание психосоциальных теорий мотивации, концепций социального капитала и подходов к устойчивому развитию, переплетающихся подобно нитям яркого, изменяющегося гобелена. Классические экономические модели объясняют экономику спорта через взаимодействие спроса и предложения, однако более поздние исследования показывают, что эмоциональная привязанность, идентичность и чувство принадлежности, наглядно проявляющиеся, например, в раскрашенных в цвета команды лицах болельщиков, существенно влияют на поведение потребителей и результативность организаций. Работы Barbu и его коллег (2020), напоминающие многократно перечитываемые исследовательские записи, отличаются ясностью и точностью. В свою очередь, Corvino et al. (2023) подчёркивают, что спорт функционирует как социальный институт, в котором сходятся экономические и нравственные ценности, способствуя общественному благополучию. Corvino и его коллеги (2020) также показывают, что спорт выступает социальным институтом, объединяющим финансовые ресурсы и нравственные ценности, подобно болельщикам, единодушно поддерживающим общее дело, и тем самым содействует формированию общего блага. С этой точки зрения экономика спорта представляет собой не только замкнутый контур спроса и предложения, но и живую культурную сеть, связывающую индивидуальную мотивацию, институциональное обучение и коллективную идентичность, подобно совместным возгласам болельщиков под светом стадионных прожекторов. В Турции расширение цифровизации и активизация дискуссий об устойчивом развитии превратили спортивную сферу в действенный инструмент социальной политики, что иллюстрируется влиянием стадионов с освещением на солнечной энергии и тренировочных центров, использующих данные для принятия решений, на жизнь местных сообществ.

Методология: Для изучения взаимосвязей экономики, общества и спорта был применён качественный интерпретативный подход, позволяющий рассматривать эти связи как нити, пересекающиеся в пространстве переполненного стадиона. Основу исследования составил широкий обзор литературы, объединивший национальные и международные работы по экономике спорта, социологии и организационной психологии; их выводы были интегрированы столь же тесно, как волокна в ткани беговой обуви. Исследователи тщательно проанализировали публикации в рецензируемых научных журналах, институциональные отчёты и библиометрические исследования,

чтобы проследить развитие основных теорий, охарактеризовать исторические изменения и выявить новые тенденции, формирующие спортивную сферу Турции, включая стремительное распространение моделей цифрового обучения после 2010 года. Интерпретативный дизайн позволил объединить различные типы данных: от исследований отдельных случаев цифровой трансформации в спорте до количественных показателей социального участия и экологической устойчивости, вызывая образ шагов в спортивной обуви, эхом звучащих на недавно построенном экологичном стадионе. Такой подход позволяет сформировать углублённый анализ, выходящий за рамки описания и раскрывающий психосоциальные силы, определявшие развитие экономики спорта Турции, подобно сочетанию гордости и стремления к достижениям, наполняющему энергией переполненный стадион в вечер матча.

Результаты и обсуждение: Результаты показывают, что экономика спорта Турции функционирует как многоуровневая социальная сеть, в которой финансовые потоки пересекаются с культурной идентичностью, эмоциями болельщиков и ускоряющимся ритмом цифровых изменений. Устойчивый рост сектора зависит от включения человекоцентричных факторов, таких как мотивация, чувство принадлежности и непрерывное обучение, во все уровни экономического планирования, подобно нитям, плотно вплетённым в ткань, несущую следы длительного использования. Когда люди ощущают эмоциональную связь со своей спортивной организацией, у них усиливается внутренняя мотивация, возрастает готовность вносить вклад в коллективную работу и повышается открытость новым идеям, способствующим развитию организации (Dixon et al., 2005). На общественном уровне спорт способствует укреплению социальных связей и коллективной идентичности, подобной той, которая возникает, когда толпа единодушно приветствует команду под светом стадионных прожекторов. Помимо своей денежной стоимости, спортивные мероприятия стимулируют солидарность, вновь объединяют соседей на трибунах и пробуждают глубокое чувство общей гордости. Органы местного самоуправления играют ключевую роль в обеспечении равенства и инклюзивности посредством спортивной политики, предусматривающей создание безопасных площадок и поддержку эмоционального благополучия каждого участника.

Цифровизация коренным образом преобразовала экономику спорта Турции, стимулируя развитие киберспорта, активных онлайн-сообществ болельщиков и новых способов приобретения товаров и услуг — от командных футболок до подписок на потоковые трансляции. Как отмечают Rowe и Hutchins (2020), цифровые медиа обеспечили переход аудитории от пассивного наблюдения к активному участию посредством общения, публикаций и откликов, превратив спорт в насыщенный сенсорный опыт, отвечающий потребностям людей быть замеченными и ощущать свою принадлежность. Результаты показывают, что экологическая устойчивость и цифровая трансформация переместились с периферии в центр экономики спорта, влияя на всё — от проектирования стадионов до формирования опыта болельщиков на основе данных. Ji и его коллеги (2025) подчёркивают, что «лояльность к экологичным спортивным брендам» отражает сближение этичного потребления и экономической конкурентоспособности. В другом утверждении, сопровождаемом в исходном тексте ссылкой (2025), также указывается, что такая лояльность формируется на пересечении этичных покупок и стремления сохранять конкурентоспособность, как в случае выбора болельщиками кроссовок из переработанного сетчатого материала, сохраняющих необходимые эксплуатационные характеристики. Это согласуется с представлением о том, что долгосрочный экономический успех достигается благодаря сочетанию интеллектуальных технологий и действенной заботы об окружающей среде, подобно эффективной работе предприятия без загрязнения воздуха.

Заключение и рекомендации: Исследование позволяет заключить, что развитие экономики спорта Турции будет опираться на модель, объединяющую психологическую устойчивость, цифровые инновации и экологическую устойчивость, что образно иллюстрируется освещением стадионов за счёт чистой энергии. Спорт следует рассматривать не только как коммерческую деятельность, ориентированную на прибыль, но и как силу, способную преобразовывать сообщества, укрепляя коллективное благополучие, справедливость и заботу о планете, подобно соседям, объединяющимся для посадки деревьев после матча. Исследование показывает, что эмоциональная приверженность, социальная инклюзия и организационное обучение имеют не меньшее значение для поддержания роста, чем финансовые ресурсы, обеспечивая его непрерывность подобно ровной работе хорошо отлаженного двигателя. Поэтому спортивным организациям Турции необходимо укреплять управленческие команды, обеспечивать реальное участие в принятии решений и внедрять в свою

देятельность аналитику на основе искусственного интеллекта для справедливого и устойчивого управления.

Предлагаемые направления политики предусматривают сотрудничество государственных учреждений, частных инвесторов и местных групп, действующих подобно игрокам на одном поле, чтобы развитие спорта действительно способствовало более широкому социальному прогрессу. Органам местного самоуправления следует сосредоточиться на обеспечении всеобщей доступности спортивных программ, создании более экологических объектов, включая площадки с освещением на солнечной энергии, и повышении уровня цифровых навыков, укрепляя одновременно местную экономику и благополучие сообществ. В будущих исследованиях следует использовать смешанные методы для отслеживания во времени того, как политика, основанная на использовании потенциала спорта, влияет на социальные связи и индивидуальное благополучие, в том числе на такие проявления, как общая гордость жителей района после заключительного матча сезона. Центральный вывод исследования состоит в необходимости нового взгляда на спорт в Турции как на динамичное пространство пересечения финансовых ресурсов, психологических установок и традиций, подобное смешению красок на залитом солнцем поле. Этот подход не только способствует развитию теоретической дискуссии, но и позиционирует экономику спорта Турции как модель устойчивого человекоцентричного роста, равномерный ритм которого ощущается как на переполненных стадионах, так и на городских улицах.

Ключевые слова: экономика спорта, цифровая трансформация, психосоциальный подход, социальный капитал, устойчивое развитие.

संरचित सार:

यह अध्ययन तुर्किये की खेल अर्थव्यवस्था का मनोसामाजिक परिप्रेक्ष्य से परीक्षण करता है और स्पष्ट करता है कि खेल का दायरा शारीरिक प्रदर्शन से कहीं अधिक व्यापक है। यह एक बहुस्तरीय क्षेत्र है, जहाँ वित्तीय संसाधन, समुदाय और संस्कृति परस्पर मिलते हैं, ठीक वैसे ही जैसे स्टेडियम की गूँज शहरी जीवन की लय में समाहित हो जाती है। अध्ययन एक केंद्रीय प्रश्न की पड़ताल करता है: व्यक्तिगत अभिप्रेरणा, सामुदायिक संबंध और डिजिटल परिवर्तन की प्रेरक शक्तियाँ किस प्रकार परस्पर क्रिया करके तुर्किये में ऐसी खेल अर्थव्यवस्था का निर्माण करती हैं, जो संधारणीय होने के साथ-साथ सभी के लिए सुलभ हो? इस संदर्भ में अध्ययन यह स्पष्ट करने का प्रयास करता है कि आर्थिक निवेश सामूहिक सहभागिता, भावनात्मक प्रतिबद्धता और संगठनात्मक संस्कृति को आकार देने वाली दैनिक प्रथाओं जैसी मनोसामाजिक शक्तियों के साथ किस प्रकार समन्वित होते हैं। इस शोध का उद्देश्य खेल संबंधी लाभ-केंद्रित दृष्टिकोणों से ध्यान हटाकर एक मानव-केंद्रित और संधारणीय उपागम की ओर ले जाना है, जो तुर्किये की बदलती अर्थव्यवस्था और नीतियों से जुड़ा हो—मानो स्टेडियम की गर्जना उसके समुदायों के लिए एक साझा और स्थायी लय में रूपांतरित हो रही हो।

सैद्धांतिक रूपरेखा: यह अध्ययन मनोसामाजिक अभिप्रेरणा सिद्धांतों, सामाजिक पूँजी की अवधारणाओं और संधारणीय विकास की रूपरेखाओं के समन्वय पर आधारित है, जो किसी चमकीले और परिवर्तनशील चित्रपट के धागों की तरह परस्पर गुंथे हुए हैं। शास्त्रीय आर्थिक मॉडल खेल अर्थव्यवस्था की व्याख्या माँग और आपूर्ति की अंतःक्रिया के माध्यम से करते हैं। किंतु अपेक्षाकृत नवीन अध्ययन दर्शाते हैं कि भावनात्मक लगाव, पहचान और संबद्धता की अनुभूति जैसे कारक उपभोक्ता व्यवहार तथा संस्थागत निष्पादन को गहराई से प्रभावित करते हैं; अपनी टीम के रंगों से रंगे समर्थक इसका एक प्रत्यक्ष उदाहरण हैं। Barbu और उनके सहकर्मीयों (2020) का कार्य अपनी स्पष्टता और परिशुद्धता के कारण विशिष्ट है, मानो वह बार-बार पढ़े जाने वाले शोध-नोट्स का एक संग्रह हो। वहीं, Corvino et al. (2023) इस बात पर बल देते हैं कि खेल एक ऐसी सामाजिक संस्था के रूप में कार्य करता है, जहाँ आर्थिक और नैतिक मूल्य अभिसरित होते हैं तथा सार्वजनिक कल्याण में योगदान देते हैं। Corvino और उनके सहकर्मी (2020) भी दर्शाते हैं कि खेल एक ऐसी सामाजिक संस्था है, जिसमें वित्तीय संसाधन और नैतिक मूल्य मिलते हैं—जैसे समर्थक किसी साझा उद्देश्य के लिए एक स्वर में उत्साहवर्धन करते हैं—और इस प्रकार सामूहिक हित को आकार देते हैं। इस दृष्टिकोण से खेल अर्थव्यवस्था केवल माँग और आपूर्ति का एक बंद चक्र नहीं है, बल्कि एक जीवंत सांस्कृतिक तंत्र है, जिसमें व्यक्तिगत अभिप्रेरणा, संस्थागत अधिगम और सामूहिक पहचान परस्पर जुड़ते हैं, ठीक वैसे ही जैसे स्टेडियम की रोशनी में समर्थक एक साथ जयघोष करते हैं। तुर्किये में बढ़ते डिजिटलीकरण और संधारणीयता संबंधी विमर्श ने खेल क्षेत्र को सामाजिक नीति का एक प्रभावशाली साधन बना दिया है; सौर ऊर्जा से प्रकाशित स्टेडियम और आँकड़ा-आधारित प्रशिक्षण केंद्र सामुदायिक जीवन को किस प्रकार आकार देते हैं, यह इसका उदाहरण है।

पद्धति: अर्थव्यवस्था, समाज और खेल के अंतर्संबंधों की पड़ताल के लिए गुणात्मक और व्याख्यात्मक उपागम अपनाया गया, जिसमें ये संबंध किसी दर्शकों से भरे स्टेडियम में परस्पर गुंथते धागों के समान दिखाई देते हैं। शोध मुख्यतः एक व्यापक साहित्य समीक्षा पर आधारित था, जिसमें खेल अर्थशास्त्र, समाजशास्त्र और संगठनात्मक मनोविज्ञान से संबंधित राष्ट्रीय तथा अंतरराष्ट्रीय अध्ययनों को एकत्रित किया गया। उनकी अंतर्दृष्टियों को उतनी ही सघनता से समेकित किया गया, जितनी सघनता से दौड़ने वाले जूते के रेशे बुने जाते हैं। शोधकर्ताओं ने प्रमुख सिद्धांतों का अनुगमन करने, ऐतिहासिक परिवर्तनों का मानचित्रण करने और तुर्किये के खेल क्षेत्र को आकार देने वाली उभरती प्रवृत्तियों की पहचान करने के लिए समकक्ष-समीक्षित पत्रिकाओं, संस्थागत प्रतिवेदनों और ग्रंथमितीय अध्ययनों की सावधानीपूर्वक समीक्षा की। वर्ष 2010 के बाद डिजिटल अधिगम मॉडलों का तीव्र उदय ऐसी ही एक प्रवृत्ति है। व्याख्यात्मक शोध अभिकल्प ने विभिन्न प्रकार के आँकड़ों को समेकित करना संभव बनाया—खेल में डिजिटल परिवर्तन से संबंधित प्रकरण अध्ययनों से लेकर सामाजिक सहभागिता और पर्यावरणीय संधारणीयता के ठोस मात्रात्मक आँकड़ों तक—जिसकी अनुभूति किसी नवनिर्मित हरित स्टेडियम में खेल-जूतों की पदध्वनि के गूँजने जैसी है। यह उपागम वर्णन से आगे बढ़कर एक गहन विश्लेषण विकसित करने में सहायक है और उन मनोसामाजिक शक्तियों को उजागर करता है, जिन्होंने तुर्किये की खेल अर्थव्यवस्था के विकास को आकार दिया है; यह उसी गर्व और महत्वाकांक्षा के सम्मिश्रण के समान है, जो मैच की रात दर्शकों से भरे स्टेडियम को ऊर्जा प्रदान करता है।

निष्कर्ष और विमर्श: निष्कर्ष दर्शाते हैं कि तुर्किये की खेल अर्थव्यवस्था एक बहुस्तरीय सामाजिक तंत्र के रूप में कार्य करती है, जिसमें वित्तीय प्रवाह सांस्कृतिक पहचान, समर्थकों की भावनाओं और डिजिटल परिवर्तन की तीव्र गति के साथ अंतःक्रिया करते हैं। इस क्षेत्र की संधारणीय वृद्धि आर्थिक नियोजन के प्रत्येक स्तर में अभिप्रेरणा, संबद्धता की अनुभूति और निरंतर अधिगम जैसे मानव-केंद्रित कारकों के समावेशन पर निर्भर करती है, मानो लंबे समय से प्रयुक्त किसी वस्त्र में धागों को कसकर बुना जा रहा हो। जब व्यक्ति अपने खेल संगठन से भावनात्मक रूप से जुड़ाव महसूस करते हैं, तो उनकी आंतरिक अभिप्रेरणा बढ़ती है, टीम के सामूहिक प्रयास में योगदान देने की तत्परता सुदृढ़ होती है और संगठन को आगे बढ़ाने वाले नवीन विचारों के प्रति उनका खुलापन बढ़ता है (Dixon et al., 2005)। व्यापक सामाजिक स्तर पर खेल सामाजिक बंधनों और सामूहिक पहचान का निर्माण करने में सहायक होता है—उस अनुभूति की तरह, जो स्टेडियम की रोशनी में भीड़ के एक साथ जयघोष करने पर उत्पन्न होती है। अपने मौद्रिक मूल्य से परे, खेल आयोजन एकजुटता को प्रोत्साहित करते हैं, पड़ोसियों को पुनः दर्शकदीर्घाओं में एकत्रित करते हैं और साझा गर्व की गहरी भावना जगाते हैं। स्थानीय सरकारें ऐसी खेल नीतियों के माध्यम से समानता और समावेशन को बढ़ावा देने में निर्णायक भूमिका निभाती हैं, जो सुरक्षित खेल मैदानों का निर्माण करती हैं और प्रत्येक खिलाड़ी के भावनात्मक कल्याण को समर्थन देती हैं।

डिजिटलीकरण ने तुर्किये की खेल अर्थव्यवस्था को आमूल रूप से पुनर्गठित किया है। इसने ई-स्पोर्ट्स, सक्रिय ऑनलाइन समर्थक समुदायों और टीम की जर्सी से लेकर स्टीमिंग सदस्यताओं तक विभिन्न उत्पादों एवं सेवाओं की खरीद के नए तरीकों के विस्तार को प्रोत्साहित किया है। Rowe और Hutchins (2020) के अनुसार, डिजिटल मीडिया ने दर्शकों को निष्क्रिय अवलोकन से सक्रिय सहभागिता की ओर उन्मुख किया है, जिसमें संवाद करना, सामग्री प्रकाशित करना और प्रतिक्रियाएँ देना शामिल है। इसके परिणामस्वरूप खेल एक समृद्ध संवेदी अनुभव में बदल गया है, जो व्यक्ति की दृश्यता और संबद्धता संबंधी आवश्यकताओं को पूरा करता है। निष्कर्ष यह भी दर्शाते हैं कि पर्यावरणीय संधारणीयता और डिजिटल परिवर्तन खेल अर्थव्यवस्था की परिधि से उसके केंद्र में आ गए हैं तथा स्टेडियम के अभिकल्प से लेकर आँकड़ा-आधारित समर्थक अनुभवों तक सभी पहलुओं को प्रभावित कर रहे हैं। Ji और उनके सहकर्मी (2025) रेखांकित करते हैं कि “हरित खेल ब्रांडों के प्रति निष्ठा” नैतिक उपभोग और आर्थिक प्रतिस्पर्धात्मकता के अभिसरण को प्रतिबिंबित करती है। मूल पाठ में केवल (2025) के संदर्भ के साथ प्रस्तुत एक अन्य कथन भी दर्शाता है कि यह निष्ठा वहाँ विकसित होती है, जहाँ नैतिक खरीद और प्रतिस्पर्धी बने रहने की आकांक्षा एक-दूसरे से मिलती है—जैसे समर्थक पुनर्चक्रित जालीदार सामग्री से बने ऐसे जूते चुनते हैं, जो अपनी खेल-प्रदर्शन संबंधी क्षमताओं को बनाए रखते हैं। यह उस विचार के अनुरूप है कि स्थायी आर्थिक सफलता बुद्धिमान प्रौद्योगिकियों और पर्यावरण के प्रति वास्तविक संवेदनशीलता के संयोजन से प्राप्त होती है, ठीक वैसे ही जैसे कोई कारखाना वायु को प्रदूषित किए बिना दक्षतापूर्वक संचालित होता है।

निष्कर्ष और अनुशासः अध्ययन यह निष्कर्ष प्रस्तुत करता है कि तुर्किये की खेल अर्थव्यवस्था की वृद्धि ऐसे मॉडल के माध्यम से होगी, जिसमें मनोवैज्ञानिक प्रत्यास्थता, डिजिटल नवाचार और पर्यावरणीय संधारणीयता का समन्वय हो—जैसे स्वच्छ ऊर्जा से संचालित स्टेडियम की प्रकाश व्यवस्था। खेल को केवल लाभ अर्जित करने वाले व्यवसाय के रूप में नहीं, बल्कि समुदायों को पुनर्गठित करने वाली शक्ति के रूप में भी देखा जाना चाहिए। यह साझा कल्याण, न्यायसंगतता और पृथ्वी के प्रति संरक्षण की भावना को सुदृढ़ कर सकता है, जैसे किसी मैच के बाद पड़ोसी वृक्षारोपण के लिए एकत्रित होते हैं। शोध दर्शाता है कि वृद्धि की निरंतरता बनाए रखने में भावनात्मक प्रतिबद्धता, सामाजिक समावेशन और संगठनात्मक अधिगम वित्तीय संसाधनों जितने ही महत्वपूर्ण हैं, ठीक वैसे ही जैसे सुव्यवस्थित इंजन की स्थिर कार्यलय

उसके सतत संचालन को बनाए रखती है। अतः तुर्किये के खेल संगठनों को अपने नेतृत्व दलों को सुदृढ़ करना चाहिए, निर्णय-निर्माण में वास्तविक सहभागिता को प्रोत्साहित करना चाहिए और न्यायसंगत तथा संधारणीय प्रबंधन के लिए कृत्रिम बुद्धिमत्ता-आधारित विश्लेषण को अपने कार्यों में समाहित करना चाहिए।

नीतिगत अनुशासण सार्वजनिक संस्थाओं, निजी निवेशकों और स्थानीय समूहों के बीच सहयोग पर बल देती हैं, ताकि वे एक ही मैदान पर खेल रहे खिलाड़ियों की तरह समन्वित होकर कार्य करें और खेल विकास व्यापक सामाजिक प्रगति में वास्तविक योगदान दे सकें। स्थानीय सरकारों को खेल कार्यक्रमों को सभी के लिए सुलभ बनाने, अधिक पर्यावरण-अनुकूल सुविधाओं—जैसे सौर ऊर्जा से प्रकाशित खेल मैदानों—के निर्माण और डिजिटल कौशल के संवर्धन पर ध्यान केंद्रित करना चाहिए, ताकि स्थानीय अर्थव्यवस्थाओं तथा सामुदायिक कल्याण दोनों को सुदृढ़ किया जा सके। भविष्य के अध्ययनों में मिश्रित पद्धतियों का उपयोग करके समय के साथ यह अनुगमन किया जाना चाहिए कि खेल-आधारित नीतियाँ सामाजिक संबंधों और व्यक्तिगत कल्याण को किस प्रकार प्रभावित करती हैं, जैसे किसी सत्र के अंतिम मैच के बाद पड़ोस में उभरने वाला साझा गर्व। मूलतः यह अध्ययन तर्क देता है कि तुर्किये में खेल को एक नए दृष्टिकोण से समझने की आवश्यकता है—एक ऐसे जीवंत क्षेत्र के रूप में, जहाँ आर्थिक संसाधन, मानसिक प्रवृत्तियाँ और परंपराएँ परस्पर मिलती हैं, जैसे सूर्यप्रकाश से आलोकित मैदान में रंग एक-दूसरे में घुलते हैं। यह दृष्टिकोण न केवल सैद्धांतिक विमर्श को आगे बढ़ाता है, बल्कि तुर्किये की खेल अर्थव्यवस्था को संधारणीय और मानव-केंद्रित वृद्धि के एक मॉडल के रूप में भी स्थापित करता है, जिसकी स्थिर लय दर्शकों से भरे स्टेडियमों और शहर की सड़कों, दोनों में अनुभव की जा सकती है।

मुख्य शब्द: खेल अर्थव्यवस्था, डिजिटल परिवर्तन, मनोसामाजिक उपागम, सामाजिक पूँजी, संधारणीयता।

Yapılandırılmış Özet:

Bu çalışma, Türkiye'nin spor ekonomisini psikososyal bir perspektiften inceleyerek sporun fiziksel performansın çok ötesine uzandığını; finansal kaynakların, toplumun ve kültürün kesiştiği çok katmanlı bir alan oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Bu kesişim, stadyumun uğultusunun kent yaşamının ritmiyle bütünleşmesine benzemektedir. Araştırma şu temel soruya odaklanmaktadır: Bireysel motivasyon, toplumsal bağlar ve dijital dönüşüm yönündeki ivme, Türkiye'de hem sürdürülebilir hem de herkes için erişilebilir bir spor ekonomisinin şekillenmesinde nasıl etkileşime girmektedir? Bu bağlamda çalışma, ekonomik yatırımların ortak katılım, duygusal bağlılık ve örgüt kültürünün gündelik dokusunu oluşturan uygulamalar gibi psikososyal unsurlarla nasıl bütünleştiğini açıklamayı amaçlamaktadır. Araştırma, spora ilişkin kâr odaklı yaklaşımlardan, Türkiye'nin değişen ekonomik yapısı ve politikalarıyla bağlantılı, insan merkezli ve sürdürülebilir bir yaklaşıma geçişi hedeflemektedir. Bu dönüşüm, stadyumun coşkulu sesinin, çevresindeki topluluklar için ortak ve kalıcı bir ritme dönüştürülmesine benzetilebilir.

Kuramsal Çerçeve: Çalışma, psikososyal motivasyon kuramları, sosyal sermaye kavramları ve sürdürülebilir kalkınma çerçevelerinin bir araya getirilmesine dayanmaktadır. Bu kuramsal bileşenler, canlı ve değişken bir dokumanın iplikleri gibi birbirleriyle bütünleşmektedir. Klasik ekonomik modeller spor ekonomisini arz ve talep arasındaki etkileşim üzerinden açıklarken, daha güncel araştırmalar duygusal bağlılık, kimlik ve aidiyet duygusu gibi etkenlerin tüketici davranışlarını ve kurumsal performansı güçlü biçimde şekillendirdiğini göstermektedir. Takımlarının renklerine boyanmış taraftarlar, bu etkenlerin somut bir örneğini oluşturmaktadır. Barbu ve çalışma arkadaşlarının (2020) araştırmaları, sıklıkla başvurulanan araştırma notları gibi, açıklığı ve kesinliğiyle öne çıkmaktadır. Corvino ve diğerleri (2023) ise sporun, ekonomik ve ahlaki değerlerin kesiştiği ve toplumsal refaha katkıda bulunduğu bir sosyal kurum olarak işlev gördüğünü vurgulamaktadır. Corvino ve çalışma arkadaşları (2020) da sporun, finansal kaynaklarla ahlaki değerleri bir araya getiren bir sosyal kurum olduğunu ve ortak bir amaç için hep birlikte tezahürat yapan taraftarlar gibi ortak iyunin şekillenmesine katkı sunduğunu göstermektedir. Bu perspektiften bakıldığında spor ekonomisi, yalnızca arz ve talepten oluşan kapalı bir döngü değil; bireysel motivasyonun, kurumsal öğrenmenin ve ortak kimliğin birbirine bağlandığı canlı bir kültürel ağdır. Bu ağ, stadyum ışıkları altında birlikte tezahürat yapan taraftarların oluşturduğu birlikteliğe benzemektedir. Türkiye'de artan dijitalleşme ve sürdürülebilirlik tartışmaları, spor alanını sosyal politikanın etkili bir aracına dönüştürmüştür. Güneş enerjisiyle aydınlatılan stadyumlar ve veriye dayalı antrenman merkezlerinin toplumsal yaşamı şekillendirmesi, bu dönüşümü örneklemektedir.

Yöntem: Ekonomi, toplum ve sporun birbirleriyle nasıl iç içe geçtiğini incelemek amacıyla nitel ve yorumlayıcı bir yaklaşım benimsenmiştir. Bu ilişkiler, kalabalık bir stadyumda kesişen iplikler gibi ele

alınmıştır. Araştırma, ağırlıklı olarak spor ekonomisi, sosyoloji ve örgütsel psikoloji alanlarındaki ulusal ve uluslararası çalışmaları bir araya getiren kapsamlı bir literatür taramasına dayanmaktadır. Bu çalışmalardan elde edilen görüşler, bir koşu ayakkabısının dokusundaki iplikler kadar sıkı bir biçimde bütünleştirilmiştir. Araştırmacılar, başlıca kuramların izini sürmek, tarihsel dönüşümleri belirlemek ve Türkiye’deki spor alanını şekillendiren yeni eğilimleri saptamak amacıyla hakemli dergilerde yayımlanan çalışmaları, kurumsal raporları ve bibliyometrik araştırmaları dikkatle incelemiştir. 2010 sonrasında dijital öğrenme modellerinin hızla yaygınlaşması, bu eğilimlere örnek oluşturmaktadır. Yorumlayıcı araştırma deseni, sporda dijital dönüşüme ilişkin vaka çalışmalarından toplumsal katılım ve çevresel sürdürülebilirlikle ilgili nicel verilere kadar farklı veri türlerinin bütünleştirilmesini mümkün kılmıştır. Bu bütünleşme, yeni inşa edilmiş çevre dostu bir stadyumda yankılanan spor ayakkabılarının sesiyle betimlenmektedir. Söz konusu yaklaşım, betimlemenin ötesine geçen derinlikli bir analiz geliştirerek Türkiye’nin spor ekonomisinin gelişimini şekillendiren psikososyal güçleri ortaya koymaya olanak tanımaktadır. Bu güçler, maç gecesinde dolu bir stadyuma canlılık kazandıran gurur ve başarıma arzusunun birlikteliğine benzetilmektedir.

Bulgular ve Tartışma: Bulgular, Türkiye’nin spor ekonomisinin finansal akışların kültürel kimlik, taraftar duyguları ve dijital dönüşümün hızlanan ritmiyle kesiştiği çok katmanlı bir toplumsal ağ olarak işlediğini göstermektedir. Sektörde sürdürülebilir büyüme; motivasyon, aidiyet duygusu ve sürekli öğrenme gibi insan merkezli unsurların ekonomik planlamanın bütün katmanlarına dâhil edilmesine bağlıdır. Bu süreç, uzun süre kullanılmış bir kumaşa ipliklerin sıkıca işlenmesine benzetilmektedir. Bireyler spor örgütleriyle duygusal bağ kurduklarında içsel motivasyonları güçlenmekte, takımın ortak çabasına katkıda bulunma istekleri artmakta ve örgütü ileriye taşıyacak yeni fikirlerle daha açık hâle gelmektedirler (Dixon et al., 2005). Toplumsal düzeyde spor, sosyal bağların ve ortak kimliğin oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Bu durum, stadyum ışıkları altında bir kalabalığın hep birlikte tezahürat etmesiyle hissedilen birlikteliği çağrıştırmaktadır. Sportif etkinlikler, parasal değerlerinin ötesinde dayanışmayı harekete geçirmekte, komşuları yeniden tribünlerde buluşturmakta ve güçlü bir ortak gurur duygusu uyandırmaktadır. Yerel yönetimler, güvenli spor alanlarının oluşturulmasını ve her sporunun duygusal iyi oluşunun desteklenmesini sağlayan spor politikaları aracılığıyla eşitlik ve kapsayıcılığın geliştirilmesinde belirleyici bir rol üstlenmektedir.

Dijitalleşme, Türkiye’nin spor ekonomisini köklü biçimde yeniden şekillendirerek e-sporun, çevrim içi ortamlardaki hareketli taraftar topluluklarının ve takım formlarından dijital yayın aboneliklerine kadar uzanan yeni satın alma biçimlerinin gelişmesini hızlandırmıştır. Rowe ve Hutchins’in (2020) belirttiği üzere dijital medya, izleyicileri edilgen biçimde izlemekten; sohbet etme, içerik paylaşma ve tepki verme yoluyla etkin katılıma yöneltmiştir. Böylece spor, bireylerin görünür olma ve aidiyet ihtiyaçlarına karşılık veren zengin bir duysal deneyime dönüşmüştür. Bulgular, çevresel sürdürülebilirlik ve dijital dönüşümün spor ekonomisinin çevresindeki konulardan merkezi bileşenlerine dönüştüğünü; stadyum tasarımıyla veriye dayalı taraftar deneyimlerine kadar geniş bir alanı şekillendirdiğini göstermektedir. Ji ve çalışma arkadaşları (2025), “çevre dostu spor markalarına sadakat” kavramının etik tüketim ile ekonomik rekabet gücünün birleşmesini yansıttığını vurgulamaktadır. Özgün metinde yalnızca (2025) atfıyla sunulan diğer ifade de “çevre dostu spor markalarına sadakatin”, etik satın alma davranışları ile rekabet gücünü koruma çabasının kesiştiği noktada geliştiği belirtilmektedir. Taraftarların, performans özelliklerini koruyan ve geri dönüştürülmüş file kumaştan üretilen spor ayakkabılarını tercih etmesi bu duruma örnek oluşturmaktadır. Bu bulgu, kalıcı ekonomik başarının akıllı teknolojiler ile çevreye yönelik somut duyarlılığın birleştirilmesinden doğduğu görüşüyle örtüşmektedir; tıpkı havayı kirletmeden verimli biçimde çalışan bir fabrika gibi.

Sonuç ve Öneriler: Çalışma, Türkiye’nin spor ekonomisinin psikolojik dayanıklılığı, dijital yeniliği ve çevresel sürdürülebilirliği bütünleştiren bir model aracılığıyla gelişeceği sonucuna ulaşmaktadır. Temiz enerjiyle çalışan stadyum aydınlatmaları, bu bütünleşmenin bir örneğidir. Spor, yalnızca kâr elde etmeyi amaçlayan bir ticari faaliyet olarak değil; ortak refahı, hakkaniyeti ve gezegene yönelik özen duygusunu güçlendirerek toplulukları dönüştürebilen bir güç olarak da değerlendirilmelidir. Maç sonrasında ağaç dikmek için bir araya gelen komşular, bu dönüştürücü potansiyeli örneklemiştir. Araştırma, büyümenin sürekliliğinin sağlanmasında duygusal bağlılığın, sosyal kapsayıcılığın ve örgütsel öğrenmenin finansal kaynaklar kadar önemli olduğunu göstermektedir. Bu unsurlar, iyi ayarlanmış bir motorun düzenli çalışması gibi büyümenin devamlılığını desteklemektedir. Dolayısıyla Türkiye’deki spor örgütlerinin liderlik ekiplerini güçlendirmesi, karar alma süreçlerine gerçek anlamda katılımı teşvik etmesi ve hakkaniyetli, sürdürülebilir bir yönetim için yapay zekâ destekli analitiği faaliyetlerine entegre etmesi gerekmektedir.

Politika önerileri, sporun gelişiminin daha geniş kapsamlı toplumsal ilerlemeyi etkili biçimde destekleyebilmesi için kamu kurumlarının, özel yatırımcıların ve yerel grupların aynı sahadaki oyuncular gibi iş birliği içinde hareket etmesini öngörmektedir. Yerel yönetimler, spor programlarını herkes için erişilebilir kılmaya, güneş enerjisiyle aydınlatılan sahalara gibi daha çevre dostu tesisler oluşturmaya ve dijital becerileri geliştirmeye odaklanmalıdır. Böylece hem yerel ekonomiler hem de toplumsal iyi oluş güçlendirilebilir. Gelecekteki araştırmalar, spor temelli politikaların zaman içerisinde sosyal bağları ve bireysel iyi oluşu nasıl şekillendirdiğini izlemek amacıyla karma yöntemlerden yararlanmalıdır. Bir mahallenin sezonun son maçından sonra yaşadığı ortak gurur, incelenebilecek deneyimlere örnek oluşturmaktadır. Çalışma, özünde, Türkiye’de sporun yeni bir perspektifle ele alınması gerektiğini savunmaktadır: Spor, ekonomik kaynakların, zihinsel yönelimlerin ve geleneklerin, güneşle aydınlanan bir sahada birbirine karışan renkler gibi buluştuğu canlı bir alandır. Bu bakış açısı, kuramsal tartışmayı ilerletmenin yanı sıra Türkiye’nin spor ekonomisini, ritmi hem dolu stadyumlarda hem de kent sokaklarında hissedilen, sürdürülebilir ve insan merkezli bir büyüme modeli olarak konumlandırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Spor Ekonomisi, Dijital Dönüşüm, Psikososyal Yaklaşım, Sosyal Sermaye, Sürdürülebilirlik.

www.turkishstudies.net/economy**Turkish Studies - Economics, Finance, Politics**

eISSN: 2667-5625

ANKARA SCIENCE
UNIVERSITY

A Psychosocial Perspective on the Turkish Sports Economy: Individual, Society, and Consumption Dynamics

Introduction

Sport is not only a field of physical performance but also a multidimensional social and economic phenomenon shaped by cultural meanings, institutional structures, consumption practices, and psychosocial motivations. It represents the convergence of economic, cultural, and psychosocial processes through which individuals participate in social life and construct collective meanings. Therefore, sport functions both as an instrument and as an outcome of economic progress and social development (Barbu et al., 2020; Corvino et al., 2023).

The central argument of this article is that the sustainability of Türkiye's sports economy cannot be explained only through financial indicators; rather, it should be understood through the interaction of psychosocial, institutional, and digital transformation factors. From this perspective, the sports economy is not limited to market size, investment volume, employment, sponsorship, or consumption expenditure. It is also shaped by social capital, organizational commitment, emotional attachment, institutional learning, digitalization, sustainability, and changing consumption behaviors.

In Türkiye, the development of sports economics as an independent academic field has been associated with the recognition of sport's social, economic, and institutional significance (Devecioğlu, 2005; Cerrahoğlu, 2016). Microeconomic approaches are useful for explaining the supply-demand balance in the sports market; however, consumer preferences and producer behaviors in sport are also influenced by psychological satisfaction, social interaction, and behavioral intentions (Özaydın, 2025). In this sense, the sports economy differs from purely financial models because participation in sport is closely connected with identity, belonging, motivation, and collective engagement.

Institutional and organizational factors also play a decisive role in the development of the sports economy. Emotional attachment to a sports institution may strengthen organizational citizenship, employee motivation, productivity, and institutional belonging (Dixon et al., 2005). Similarly, contemporary developments in sport pedagogy and management education indicate that professional competencies in the sport sector should be supported through practice-based learning and organizational development (Light & Dixon, 2007). Local governments are also important actors in this process because sports policies can contribute to social equality, equal opportunity, and the wider distribution of sports participation within society (Atalı, 2015; Kasapoğlu & Öçal, 2021).

In recent years, digitalization and sustainability have become increasingly influential in reshaping the sports economy. Digital transformation, environmentally friendly information technologies, and green sports brand loyalty have created new competitive advantages in the sport sector (Thongrawd et al., 2019; Ji et al., 2025). In addition, the growing visibility of sport through

digital platforms has strengthened its role in cultural promotion, brand value, and economic growth (Boluda et al., 2024). Sport has also been discussed as a platform that supports sustainable behaviors, environmental awareness, and collective responsibility (Casper et al., 2020; Cunningham et al., 2020).

Accordingly, this study aims to evaluate Türkiye's sports economy through a conceptual literature review by focusing on three interrelated dimensions: psychosocial foundations, institutional and managerial structures, and digital-sustainable transformation. By organizing the existing literature around these dimensions, the article seeks to clarify how the sports economy in Türkiye can be understood not only as a revenue-generating field, but also as a social ecosystem that produces economic, cultural, institutional, and symbolic value.

Social Participation, Social Capital, and Sustainable Value

Sport transcends economic indicators by bringing people together and fostering human connection; in essence, it instills social capital and a desire for participation within society. It serves as an effective instrument that enhances social engagement, revitalizes employment, and strengthens public health—the very sound of the ball on the field embodies this power (Corvino et al., 2023). From this perspective, sporting events do more than generate economic profit; they enhance individuals' quality of life and strengthen the sense of social solidarity. The chants echoing through the stands stand as the most vivid testament to this effect. Beyond economic gain, sports organizations play a crucial role in reinforcing local identity and consolidating social bonds—again, the cheers from the stands exemplify this phenomenon. The long-term societal benefits of sports policies in Türkiye are closely linked to how they are organized and to the sincerity and enthusiasm with which people participate in these processes (Devecioğlu, 2005). It is also emphasized that sport contributes to the Sustainable Development Goals by fostering social welfare through collective awareness, a sentiment that can be felt in the solidarity of the crowd after a match (Barbu et al., 2020). These findings suggest that the value of the sports economy should not be assessed solely by market dynamics, but also by the community's sense of responsibility—much like the shared excitement resonating throughout a packed stadium.

The Development and Psychosocial Foundations of the Sports Economy

While classical economic theories explain the development of the sports economy through the lens of production factors, today this evolution is more often evaluated in relation to consumer behavior and the foundations of social capital that can be felt in the stands of stadiums. Since the 1990s, sports economics in Türkiye has gained recognition as an independent academic discipline—an advancement that has progressed in parallel with the growing awareness of the psychological and social impacts of sport, much like the resounding voices of full stadiums echoing that very awareness (Cerrahoğlu, 2016). People participate in sports not only to stay fit, but also to express who they are, to feel a sense of belonging, and to gain respect—the very scent of sweat can sometimes be part of this pursuit. It has been noted that while sport creates a balance of supply and demand within the economy, the demand side is driven by emotional factors such as psychological satisfaction, social acceptance, and group affiliation (Özaydın, 2025). Sporting events serve as powerful economic phenomena that shape the socio-cultural fabric of society—from the sounds of a city's streets to its cultural celebrations. The 17th event held in Mersin buzzed with energy, the sea breeze carrying the sound of laughter through the crowd. As seen in the Mediterranean Games, sports organizations bring temporary economic vitality to local economies; however, their lasting effects are revealed in the realms of social motivation, city image, and interpersonal interaction (Can & Değirmen, 2017).

The sports economy diverges from classical economic approaches, emerging as a dynamic system shaped by human behavior, cultural contexts, and social relations—even the excitement in the stands contributes to its structure. Sport occupies a significant place within the recreation and tourism economy, as it is closely tied to how individuals' desires for enjoyment, socialization, and

self-actualization shape their economic preferences (Tribe, 2011). In this regard, participation in sport depends not only on income level but also on one's sense of well-being, social acceptance, and gradual construction of personal identity. For the strategic development of sport in Türkiye, it is emphasized that, beyond financial investments, psychosocial factors such as individual motivation and social interaction must also be considered (Devecioğlu, 2005). The genuine contribution of sport to national development is directly related to how society perceives sport and sustains participation—the collective chants echoing through a stadium vividly express this connection. Sport is not merely a source of economic gain; it also promotes social development. Sporting events strengthen individuals' sense of belonging within their communities, a phenomenon clearly observable in the shared enthusiasm of those cheering side by side at the edge of the field (Barbu et al., 2020). This perspective reveals that the psychosocial dimension of the sports economy is linked not only to individual behavior but also to a shared consciousness resonating throughout the stands. It is argued that local governments' sports policies are evolving from instruments of economic development into inclusive social initiatives—spaces where children play together in public parks and everyone participates equally (Atalı, 2015). Emotional commitment within sports institutions has been found to enhance employee motivation and engagement; in such environments, people approach their work with greater enthusiasm, and an energetic atmosphere permeates the field (Dixon et al., 2005). This view suggests that organizational commitment mirrors the societal process that fosters belonging and collective participation—like a group breathing in unison. The “Long-Term Athlete Development” model approaches sport not merely as a pursuit of individual success, but as a process of social learning and resilience (Dowling & Washington, 2019). This framework provides a strong foundation for rethinking the role of sport in Türkiye's social development—much like the voices that reverberate through a stadium, it signals a compelling movement. Research further demonstrates that sports investments are vital for social justice, enhancing not only economic growth but also equality of opportunity; for instance, a newly opened sports facility in a neighborhood enables young people to come together on the same field (Kasapoğlu & Öçal, 2021). Thus, sport becomes a tool of social policy that mitigates social disparities.

Psychosocial Dynamics and the Multilayered Structure of the Sports Economy

The sports economy is a complex social phenomenon that cannot be explained solely through money and production; it extends from the excitement in the stands to the enthusiasm on the sidelines. Globalization has profoundly transformed the economic and institutional structure of the sports industry, accelerating the processes of financial sustainability and institutionalization within sports clubs—even the chants echoing from the stands seem to reflect the rhythm of this transformation (Ekmekçi et al., 2013). This demonstrates that sport has evolved beyond being a purely economic activity, emerging instead as a sector that actively shapes the organizational structures of society—a reality that can be discerned even from the collective voice of the crowd. In the strategic plans of major municipalities in Türkiye, sport is explicitly emphasized as being intertwined with social development and quality of life; for example, the image of people taking morning walks in a park reflects this understanding (Atalı, 2015). This finding reveals that the social dimension of the sports economy is tightly interwoven with administrative policies—much like how flags waving in the stands move in unison with the winds of political decision-making. The sports investments made by local governments cannot be measured solely in terms of economic magnitude; they also strengthen social justice, equal access, and urban identity—arising from children playing ball in the park and people sitting side by side in the stands (Kasapoğlu & Öçal, 2021). In particular, policies aimed at expanding the grassroots reach of sport rest upon a strong psychosocial foundation, fostering the creation of social capital and promoting the social integration of individuals within the community. The focus of the sports economy is no longer confined to performance or financial indicators; it now centers on people's expectations and the patterns of social interaction within the stands. Research on sports and fitness clubs reveals that the key factor determining economic sustainability is the level

of satisfaction experienced by members—if a member leaves each training session feeling fulfilled, the club maintains long-term strength (Pedragosa & Correia, 2009). This demonstrates that the modern sports economy has shifted from merely selling products or services to providing experiences akin to the excitement felt by fans in the stadium. Similarly, it has been noted that many of the barriers limiting the development of sports marketing arise not from structural constraints but from deficiencies in internal communication and organizational culture—at times, even members of the same team encounter walls of disagreement. This perspective underscores that, in Türkiye, the growth of sport depends not only on financial investment or facility expansion but also on strengthening the psychosocial capacity that sustains team spirit—a force as vital as the scent of sweat on the field. The institutional success of sport emerges when a balanced bridge is established between robust management strategies and the genuine emotional commitment people feel toward their teams. Furthermore, the sports economy has become intertwined with the goals of sustainable development. In China, for instance, sport has been recognized as an effective tool for enhancing environmental awareness, promoting health, and fostering social cohesion (Zhou et al., 2023). Accordingly, in Türkiye, sport must be viewed not solely as a source of economic profit but as a domain that strengthens social welfare and collective solidarity—much like the synchronized rhythm of breaths shared among the crowd during a match.

The Economic, Social, and Political Dimensions of Sport

Today, the sports economy is regarded as one of the primary forces driving economic growth and social transformation—a power that becomes even more palpable when the stadium lights come on. Development-oriented sports policies are often implemented through narrowly focused programs; however, it is emphasized that sport can serve as a much broader instrument for promoting a more equitable distribution of economic and social welfare. The image of young people sweating on a football field serves as a vivid example of this potential (Coalter, 2010). The increasing interconnection between sport and politics makes it imperative to align social inclusiveness with economic gain. Even the voices resonating from the stands are part of this transformation, reflecting how sport continues to intertwine collective enthusiasm with the broader dynamics of political and economic change.

It has been argued that the influence of neoliberal policies on sport and physical education reveals the need to view sport not merely as a domain of performance and competition, but as an environment where individual growth and collective solidarity coexist (Evans & Davies, 2014). This perspective underscores how deeply the psychosocial dimension of sport is intertwined with educational policies—much like how children’s games in a schoolyard reflect the spirit of learning itself. The historical evolution of football has been examined through the concept of the “people’s game,” emphasizing that over time, it has become a vehicle shaping both class identity and cultural belonging—much like a dusty ball in a neighborhood street creating a shared language for everyone (Kitching, 2015). Although football today has become more commercialized than ever, the supporter’s loyalty and sense of belonging to their club still beat at the very heart of social interaction.

Institutionalization, Corporatization, and Managerial Dynamics in the Sports Economy

When considered through the lens of the “people’s game” approach, it becomes evident that the historical foundations of the sports economy are directly linked to notions of social class and belonging (Kitching, 2015). Although sport today is intertwined with corporate structures and global markets, at its core it continues to thrive on collective participation and social capital—born from the spaces where people come together to sweat and share effort. This perspective also aligns with critiques of “sport-for-development” policies, echoing the questioning voices that resonate through the quiet stands of a stadium (Coalter, 2010). It is argued that when sports policies focus solely on economic objectives, they lose their capacity to enhance psychological satisfaction and social well-

being—even the excitement on the field then begins to lose its meaning. Therefore, a sustainable sports economy should rest not only on capital investment but also on cultural continuity, equity in participation, and principles of social inclusion—much like the consistent enthusiasm that fills the stands at every match. One of the most striking transformations in the Turkish sports economy over the past two decades has been the gradual institutionalization of sports clubs; even the hum of the crowd now reflects this evolution. Studies examining the corporatization of sports clubs in Türkiye reveal that while this transformation has improved the quality of governance, it has also introduced new financial risks and, at times, disrupted fiscal balance (Devecioğlu et al., 2012). The corporatization process has effectively shifted sports clubs away from their traditional structures of belonging, integrating them into the logic of the market economy.

It is emphasized that institutionalization plays a decisive role in the economic sustainability of the Turkish sports sector, particularly in football clubs—even the chants echoing through the stands cannot obscure this reality (Ekmekçi & İrmış, 2015). However, institutionalization is not merely a financial model; it represents a psychosocial transformation that reshapes the way people think and even the atmosphere within organizations. As clubs work to establish and refine their corporate identities, they are redefining fans' sense of belonging, their purchasing behaviors, and their brand loyalty—the flags waving in the stands have now become symbols of this very transformation. In recent years, bibliometric analyses have revealed a rapid increase in academic interest in the field of sports economics; for instance, at nearly every conference today, several new papers on this topic are presented (Aygün & Savaş, 2025). This growing academic attention demonstrates that sport has gained value not only as an economic domain but also as a field of social and cultural inquiry—much like the echoing voices in a stadium that reflect the pulse of society itself. One of the core components of the sports economy lies in its ability to assess both the economic and social impacts of major events; for instance, the vibrancy a marathon brings to a city illustrates this vividly. Dwyer et al. (2017) emphasize that the economic contribution of sporting events should be evaluated not merely in terms of revenue generation but also through their capacity to foster social interaction and stimulate local development. This perspective highlights the psychosocial dimension of the sports economy, as such events serve as spaces where communities share experiences and construct collective identities—much like the chants reverberating through a stadium. Large-scale international events provide dynamic stages on which candidate cities can test their aspirations of becoming “global cities”; the murmur of the crowd and the gleam of the lights together define the very atmosphere of this test (Short, 2004).

Such events transcend mere economic investment, evolving into psychological and cultural symbols that resonate within the collective memory of cities—leaving marks as enduring as a flag waving in a public square. In this respect, sport becomes a vehicle for city branding that not only supports economic growth but also shapes a shared sense of identity among people—an effect that becomes even more visible when the stadium lights illuminate the night. According to Giampiccoli et al. (2015), major sporting events in South Africa stimulate the economy in the short term; however, without the support of robust social policies, this vitality fades as swiftly as a summer breeze. Similarly, research indicates that while the 2004 Athens Olympic Games provided a temporary boost to the Greek economy, the immense costs of hosting the event ultimately increased the nation's long-term debt burden (Kasimati & Dawson, 2009). These findings reveal that large institutions should not overlook human behavior and emotions—such as fear or hope during times of crisis—when conducting economic analyses. The connection between personal achievement and societal impact represents a powerful psychosocial element at the very heart of the sports economy, much like the shared excitement of victory felt amid the energy of a full stadium. Studies examining the internal and external factors influencing elite athletes' career success demonstrate that intrinsic motivation—encompassing self-fulfillment, social recognition, and a sense of belonging—leaves a more lasting impression than economic gain (Hallmann et al., 2018). This clearly indicates that for the sports

economy to remain sustainable, psychological factors are as decisive as financial indicators—sometimes an athlete's morale reveals as much as a financial report. Analyses conducted in African countries exploring the relationship between economic indicators and sports performance show that while rising prosperity enhances success, deficiencies in governance, combined with moral and social pressures, tend to limit performance (Manuel-Luiz & Fadal, 2011). This finding underscores that true economic development gains meaning only when considered in conjunction with individual motivation and the internal work culture within institutions.

Emerging Economic Domains: Digitalization, E-Sports, and Consumer Behavior

Today, the transformation of the sports economy is being driven by digitalization—each click now alters even the sound of the crowd. Bilir (2022) notes that e-sports represent one of the fastest-growing sub-sectors worldwide, and in Türkiye, the strong interest of young people in this field has visibly expanded its economic scale. E-sports are not merely a branch of the gaming industry; they constitute a world where individuals express themselves, are motivated by a sense of achievement, and form bonds with teammates in the late hours of the night. From this perspective, the sports economy has evolved into a dynamic ecosystem that encompasses not only physical performance but also mental effort and digital interaction—the fan watching a match with excitement from behind a screen is part of this ecosystem. E-athletes are recognized not only for their competitive skills but also for their psychological attributes, such as stress management, strategic thinking, and sustained focus—even in the tense final minutes of a long match, they maintain composure with sweat-soaked palms. Thus, the digital sports economy is reshaping the psychosocial foundations of traditional sport—even the meaning of the stadium chant is changing. Under the influence of digital technologies, today's sports economy has undergone a radical transformation; everything now operates at the speed of a single click reaching millions. Sport has moved beyond being confined to physical performance and has become part of the broader “experience economy,” one that speaks to people's desire for meaningful engagement—much like how the echoes of chants in a stadium make a single moment unforgettable (Seo, 2013).

E-sports and online competitive platforms are redefining the psychosocial satisfaction, identity formation, and social participation of younger generations. These digital arenas reshape how young people construct their identities, engage in social life, and achieve psychological fulfillment—each click and the glow of colorful screens generate a new sense of belonging. This transformation has redefined the economic value of sport, no longer measured solely by revenue, but by the quality of human interaction, the strength of belonging, and the resonance of digital identities reflected across illuminated screens. According to Rowe & Hutchins (2020), digital media has revolutionized the presentation of sport, shifting from traditional one-way broadcasting to a multidimensional and interactive form of communication in which the audience actively comments and participates. This transformation turns sport spectating into a social and participatory experience—people no longer simply watch the game; they comment, react, and share moments with friends on social media. As a result, the sports economy has evolved into a digital experiential domain that fulfills individuals' psychosocial needs for “visibility” and “participation”—a virtual grandstand where the cheers of fans now reverberate through the digital landscape. Ratten (2017) emphasized that entrepreneurship and innovation policies form the foundation of growth within the sports sector—policies that, in essence, shape every movement on the field. The convergence of Türkiye's sports economy with digital entrepreneurship and innovative management models holds great importance, as it not only generates employment but also enhances individuals' psychological motivation—much like the surge of excitement when the ball hits the net. Therefore, digital transformation is not merely a technological process; it is a powerful social force that reshapes lifestyles, spreading a new rhythm through the streets of society. As digital media continues to redefine the sports economy, it has initiated both a cultural and economic revolution—even the glow of stadium lights now emanates from screens. New media environments have profoundly altered the political economy of professional sport, directly

influencing viewing habits, relationships with sponsors, and the flow of media revenues (Dart, 2014). This transformation reveals that sport has become both more accessible and more profitable through digital platforms—today, anyone can watch a match with a single click. The digitalization of sport is also reshaping the ways in which people engage in psychosocial interaction; now, even players can feel a sense of team spirit simply by touching a screen. Lu et al. (2024) emphasize that the integration of artificial intelligence technologies within the digital economy has accelerated the growth of the sports industry, yet it has also raised new questions concerning data management, ethical responsibility, and sustainability—as if we have entered an era where every statistic in a match is instantly updated and debated. AI-driven analytics facilitate financial planning, audience behavior analysis, and sponsorship strategy development for sports clubs—for instance, enabling them to detect fluctuations in ticket sales in real time before a match. Yet this technological transformation also brings with it a form of psychosocial imbalance—as if everyone’s inner equilibrium wavers slightly while staring at a screen. As people increasingly consume sports content through digital platforms, the number of those who physically attend games or training sessions has visibly declined. This reflects a shift in the sports economy toward a state where interactive satisfaction is gradually transformed into a virtual experience—where even the roar of the crowd seems to merge with the glow of the screen. Research examining the relationship between new media and professional sport from a political economy perspective reveals that digitalization accelerates both democratization and commercialization—the gleam of the screen itself conveys the intensity of this transformation (Dart, 2014). This evolution makes sport more accessible to all while simultaneously turning the market into a fiercely competitive arena that sparks like fire. However, the benefits of digitalization are not distributed equally across all actors in the sports economy. While professional clubs, large organizations, and digitally competent consumers may gain new opportunities through data analytics, online platforms, and digital sponsorship models, smaller clubs and disadvantaged groups may face limitations related to digital infrastructure, technological literacy, financial capacity, and platform visibility. In this sense, digital transformation may both democratize access to sport and reproduce new forms of inequality within the sector (Dart, 2014; Lu et al., 2024; Rowe & Hutchins, 2020).

Guironnet’s (2023) research demonstrates that during periods of intensified competition in the professional sports world, productivity tends to rise in the short term, yet long-term stability becomes undermined—a pattern that becomes even more apparent when the enthusiasm in the stands begins to fade. In Türkiye, financial competition among football clubs often drives a pursuit of short-term victories, overshadowing the establishment of a stable and sustainable economic structure. At this point, the future of the sports economy depends not only on increasing revenues but also on institutional resilience and the ability to maintain psychological balance—much like a devoted fan waiting patiently in the rain.

Digital Transformation, Sustainability, and the New Sports Economy

Today, the sports economy is being reshaped by the accelerating pace of digitalization and the growing imperative of environmental sustainability. According to the research of Ji et al. (2025), studies examining the impact of digital transformation on low-carbon sports brands reveal that digital processes foster “green sports brand loyalty.” A small but telling example of this is when athletes place their trust in a brand by simply touching its logo while choosing eco-friendly equipment. This illustrates how environmental consciousness and economic sustainability now go hand in hand, giving rise to a new understanding of the sports economy—one in which even the breeze across the stands seems to carry the spirit of change. Thongrawd et al. (2019) note that in Thailand’s sports industry, investments in green information technologies and corporate social responsibility initiatives create a significant competitive advantage; for instance, energy-efficient stadium lighting provides a tangible example of this difference. In the sports industry, being environmentally conscious is not merely an ethical choice but also a smart strategy that enhances economic performance—much like a team playing under energy-saving lights that illuminate both sustainability and success. Al-Khaldi

(2022) emphasizes a strong relationship between knowledge management and competitive advantage, highlighting that an organizational learning culture within sports institutions enhances economic success—much like a well-coordinated team attuned to the rhythm of the ball. This finding demonstrates that sport embodies not only individual but also institutional psychosocial structures, akin to the shared excitement felt during a team meeting.

The digital dimension of sport now extends from short social media clips to the construction of international brand images, opening the door to an entirely new economic domain. Studies conducted under the “Brand Spain” initiative, which compare the economic value of social media interactions linked to international sporting events, reveal that digital visibility acts as a direct lever in brand economics; for instance, a single viral post can instantly elevate a brand’s perception (Boluda et al., 2024).

The Role of Sport in the Context of Education, Participation, and Organizational Psychology

The sustainability of the sports economy depends not only on large-scale investments but also on the intrinsic motivation of everyone involved—from the athlete on the field to the manager in the boardroom. Research emphasizing the emotional dimension of organizational commitment has shown that the sense of attachment among young employees in the sports sector plays a decisive role in shaping both motivation and productivity (Dixon et al., 2005).

The study by Dixon et al. (2005) specifically focuses on the affective aspect of organizational commitment, demonstrating that the emotional connection felt by young professionals in the field of sport directly influences their drive and efficiency—much like a team holding its breath before a match, drawing energy from a shared sense of purpose. Research indicates that new approaches in sports pedagogy should be integrated with management education, revealing that sport is not only a domain of performance but also one of learning and value creation—much like how both the body and mind are at work during training (Light & Dixon, 2007). This perspective enables us to view the sports economy as a vehicle for social transformation shaped by education—just as the first pass made in a schoolyard opens the door to a new way of thinking. In the study conducted by Kepoglu et al. (2021), the metaphorical perceptions of sports science students regarding the concept of “physical education” were examined. The findings showed that students most commonly associated sport with “growth,” “freedom,” and “self-expression”; some even described it as a breath of fresh air or the feeling of open space. This underscores that the meaning of sport for individuals should be understood not in financial terms, but within an emotional and social context—much like the enthusiasm that reverberates through the stands after a match.

The Relationship Between Sport, Health, and Social Well-Being

Research examining health promotion initiatives within sports clubs highlights sport as a powerful tool capable of transforming public health behaviors—for instance, the vibrant expressions on sweaty faces after a match symbolize this transformation (Geidne et al., 2019). This perspective marks a new era in which the sports economy intertwines with public health policy—almost as if the echoes of the stadium can now be heard in hospital corridors. Sport has evolved beyond a purely physical pursuit, becoming a dynamic mechanism that reshapes lifestyles and fosters human connection—much like a group of people playing together in a park. Studies exploring sport’s role in economic development emphasize a crucial paradigm shift: from “*developing sport*” to “*using sport as a vehicle for development*” (Ha et al., 2015). This shift underscores that the sports economy should not be confined to cycles of production and consumption but should instead be linked to broader processes of social progress—the cheers in the stands serving as living proof of this connection. According to Capdevila et al. (2024), comparative studies on outdoor recreation reveal that technological tracking tools enhance participant experiences while contributing to a sustainable tourism economy—for example, a hiker using a smartwatch to count steps both enjoys the journey

and heightens environmental awareness. These findings suggest that technological innovations strengthen the psychosocial dimensions of the sports economy, particularly by enhancing the positive effects of recreational participation on individual well-being—much like the sense of renewal felt after a morning run.

Global Sports Economy and the Impact of Mega Events

Research conducted in South Africa comparing the effects of sport on tourism and economic development emphasizes that large-scale global events bring short-term economic vitality to local economies; however, for this impact to be lasting, it must be supported by long-term and sustainable policies (Giampiccoli et al., 2015). Examining the sports economy on a global scale requires considering not only economic data but also cultural heritage, social justice, and environmental sustainability—much like how a national anthem echoing through the stadium reflects the collective spirit of an entire society.

According to Kasimati & Dawson (2009), studies examining the impact of the 2004 Athens Olympic Games on the Greek economy reveal that such mega-events bring short-term economic vitality but can turn into a long-term debt burden due to extensive public expenditures. Similarly, the positive effects of the Olympics on exports and tourism tend to be temporary; however, they contribute more enduringly to national image and brand value over time (Song, 2010). This contrast shows that mega-events should not be evaluated only through their short-term economic stimulus or their contribution to city branding. While such events may support tourism, infrastructure development, and international visibility, they may also create long-term fiscal pressure, opportunity costs, and underused facilities if they are not supported by sustainable planning and strong governance. Therefore, the discourse of sustainable development in sport should be approached critically, especially when public expenditure, debt burden, and post-event social benefits are considered together (Giampiccoli et al., 2015; Kasimati & Dawson, 2009; Song, 2010; Li et al., 2011).

Research by Li et al. (2011) on the 2008 Beijing Olympic Games demonstrates that the economic impacts of mega-events are most evident through infrastructure investments, the creation of new employment opportunities, and the strengthening of a nation's cultural promotion—for example, the expansion of new metro lines throughout the city became a tangible symbol of this transformation. Studies examining the factors influencing Olympic participation further reveal that, beyond economic indicators, elements such as strong institutional structures, demographic characteristics, and governance approaches also play a decisive role in determining Olympic success (Yerdelen et al., 2025). These findings highlight that the sports economy is deeply intertwined with both a country's development trajectory and the collective emotional state of its society.

Global Competition, Innovation, and a Forward-Looking Perspective

Today's sports economy relies less on traditional industrial production and more on what can be described as an intense “experiential production” — the emotional and sensory engagement that spectators feel in the stands. Seo (2013) notes that sport has evolved from something people merely watch into a lived experience—one that allows individuals to feel the pulse of the crowd beneath the glowing stadium lights. Therefore, in the realm of sport, innovative policies and an entrepreneurial culture not only create economic value but also enhance emotional fulfillment, social participation, and the collective sense of belonging—much like a cheer echoing through the stands that unites everyone in a shared moment of connection (Ratten, 2017). As Rowe & Hutchins (2020) emphasize, digital media has emerged as one of the most powerful tools for strengthening the psychosocial dimension of sport—fostering human connection much like the collective excitement that resonates through the stands after a match. The digitalization of sport has transformed individuals into “active consumers”; through participatory culture, real-time social media interactions, and virtual fandom, a new economic model has emerged. This model now stands as a symbol of both

economic and cultural sustainability in the future of sport—sustaining its balance with the same energy that echoes through a cheering crowd in the stadium.

Sports Tourism, Behavioral Economics, and Participation Motivation

As the global sports economy continues to expand, it increasingly relies not only on athletic success but also on human motivation and behavior—the excitement resonating through the stands being the most vivid example of this dynamic. As Andrew et al. (2019) emphasize, scientific research designs in sport management play a crucial role in understanding why people choose to participate; the impact of these motivations can be felt as tangibly as the roar of a crowd in the stadium. Particularly in developing countries such as Türkiye, the sustainability of the sports economy is shaped not merely by infrastructural investments but also by participation habits driven by psychological motivation.

Research on Chinese marathons has examined the relationship between spectator motivation, satisfaction, and behavioral intention, revealing that individual satisfaction increases the potential for economic spending (Duan et al., 2020). These studies demonstrate that participation in sports events transforms sport from a purely physical activity into an embodied experience—a form of consumption where even the scent of sweat becomes part of the shared emotion. Similarly, sports tourism has been shown to enhance health awareness among young people while contributing directly to local economies; for instance, in small coastal towns, local businesses have experienced noticeable financial growth through cycling tours (Batyrbekov, 2024).

Chen's (2024) meta-analyses reveal that emotional attachment, brand perception, and trust in the destination are decisive factors in determining where sports tourists choose to travel—much like the magnetic pull a fan feels upon seeing their team's colors. This finding clearly illustrates how emotions and social interactions intertwine with economic decisions within the tourism economy. Similarly, Deng (2022) emphasizes that sports town projects accelerate regional development through multisectoral collaboration and add significant value to society—an evolution that can even be felt in the collective enthusiasm echoing through the stands.

Sustainability, Environmental Awareness, and Sports Management

In recent years, environmental sustainability has become an increasingly critical focus within the sports economy—even the sight of plastic bottles scattered in the stands has sparked public debate. Casper et al. (2020) reveal that fans' levels of environmental awareness directly influence their participation in sports clubs' green initiatives; for instance, the number of fans actively using recycling bins reflects this growing consciousness. Integrating eco-friendly practices into the sports economy creates long-term value not only for institutional reputation but also for broader social responsibility. Studies examining the relationship between physical activity levels and attitudes toward climate change indicate a meaningful connection between environmental awareness and how individuals engage in sports (Cunningham et al., 2020). These findings demonstrate that the sports economy is no longer solely a revenue-generating field but also a powerful vehicle for promoting sustainable behaviors. Research on the environmental impact of large sports stadiums, particularly their influence on water resources, emphasizes the necessity of incorporating climate adaptation strategies into economic planning—for example, even the irrigation of grass during the summer heat should be accounted for in budgeting (Dingle et al., 2023). From this perspective, sustainable infrastructure investments serve as essential foundations for maintaining ecological balance while enhancing people's psychological and social well-being—much like a green park that refreshes the very breath of a city.

The Interaction Between Sport and Sustainable Development

Today, it is asserted that the sports economy simultaneously influences the three main dimensions of sustainable development—economic, social, and environmental—much like how a

single match can ignite excitement in the stands, stimulate commerce in the city, and energize the surrounding environment. According to Zhou et al. (2023), when sport is integrated with green transformation policies, it serves as a powerful catalyst for helping national economies achieve environmentally friendly goals—much like the first drop of rain nurturing a new sprout. Similarly, Deng (2022) emphasizes that when sport evolves into a multisectoral structure, it contributes to sustainable growth by generating employment opportunities and strengthening regional equity.

In Türkiye, it is emphasized that the sustainability of the sports economy can be strengthened through environmentally conscious facilities, energy-efficient events, and green sponsorship models—the silent operation of solar panels beneath stadium stands serves as a small yet powerful example of this shift. Research examining environmental fan engagement has revealed that sport is not merely a form of consumption but also a medium for fostering ecological awareness and social responsibility (Casper et al., 2020). This perspective bridges the economic and ethical dimensions of sport—much like how the sweat shed on the field adds value to fair play. Studies also indicate that physical activity habits positively influence attitudes toward climate change, positioning sport as a psychosocial component of sustainable development (Cunningham et al., 2020).

Conclusion and Recommendations

The main conclusion of this article is that the sustainability of Türkiye's sports economy cannot be explained solely through financial growth, investment volume, or employment figures. Although sport contributes to economic and social development, its long-term value also depends on social participation, institutional capacity, emotional attachment, digital transformation, and environmental responsibility (Barbu et al., 2020; Corvino et al., 2023). In this respect, sport should be understood not only as an economic sector but also as a social ecosystem that produces belonging, organizational resilience, cultural value, and public welfare.

Based on the conceptual evaluation presented in this article, five policy recommendations can be proposed for Türkiye. First, national and local authorities should develop a sports economy monitoring framework that includes not only financial indicators but also social participation, inclusion, volunteerism, facility use, digital engagement, and environmental impact. Second, local governments should design community-based sport programs for disadvantaged groups, women, children, older adults, and individuals with disabilities in order to strengthen social capital and equal access (Atalı, 2015; Kasapoğlu & Öçal, 2021). Third, sports clubs and federations should improve their institutional capacity through transparent governance, professional management, staff training, organizational learning, and long-term financial planning. In this process, emotional commitment and learning-oriented organizational cultures should be considered as key elements of institutional sustainability (Dixon et al., 2005; Light & Dixon, 2007).

Fourth, digital transformation in sport should be managed inclusively by supporting small clubs, local organizations, and municipalities in digital infrastructure, data literacy, e-sports participation, and ethical data use. Digital tools may increase competitiveness and visibility, but they may also create new inequalities if access to technology and digital skills remains uneven. Therefore, digitalization should be planned not only as a market strategy but also as a social inclusion policy. Fifth, green sport policies should be expanded through energy-efficient facilities, water and waste management, sustainable event planning, and environmentally responsible sponsorship models. In this regard, digital transformation and environmental responsibility should be considered together in order to strengthen the sustainable competitiveness of sport institutions (Ji et al., 2025).

For future research, empirical studies are needed to test how psychosocial and institutional factors affect the economic sustainability of sport in Türkiye. Mixed-method and longitudinal studies can examine the relationship between social capital, organizational commitment, digital engagement, and sport consumption behavior. Regional comparisons may also reveal how local government investments influence participation, inclusion, and community well-being. In addition, future studies

should investigate whether digitalization reduces or reproduces inequalities among clubs, athletes, consumers, and local communities.

This article proposes a conceptual model titled the Psychosocial-Institutional-Digital Sustainability Model of the Sports Economy. According to this model, financial investments constitute only the initial input of the sports economy. The sustainability of this input depends on four interacting mechanisms: psychosocial participation, institutional capacity, digital transformation, and environmental responsibility. When these mechanisms operate together, the sports economy can produce not only revenue but also social cohesion, organizational resilience, inclusive participation, digital competitiveness, and sustainable development. Therefore, the future of Türkiye's sports economy should be planned through a holistic policy approach that connects economic growth with social value, institutional quality, digital inclusion, and ecological responsibility.



www.turkishstudies.net/economy

Turkish Studies - Economics, Finance, Politics

eISSN: 2667-5625

ANKARA SCIENCE
UNIVERSITY**Türk Spor Ekonomisine Psikososyal Bir Bakış: Birey, Toplum ve Tüketim Dinamikleri****Giriş**

Spor, yalnızca fiziksel performansın sergilendiği bir alan değil, aynı zamanda kültürel anlamlar, kurumsal yapılar, tüketim alışkanlıkları ve psikososyal motivasyonlar tarafından şekillendirilen çok boyutlu bir sosyal ve ekonomik olgudur. Spor, bireylerin sosyal hayata katıldıkları ve kolektif anlamlar oluşturdıkları ekonomik, kültürel ve psikososyal süreçlerin birleşimini temsil eder. Bu nedenle spor, hem ekonomik ilerlemenin ve sosyal kalkınmanın bir aracı hem de bir sonucu olarak işlev görür (Barbu ve ark., 2020; Corvino ve ark., 2023).

Bu makalenin temel argümanı, Türkiye'nin spor ekonomisinin sürdürülebilirliğinin yalnızca finansal göstergelerle açıklanamayacağı; bunun yerine psikososyal, kurumsal ve dijital dönüşüm faktörlerinin etkileşimi aracılığıyla anlaşılması gerektiğidir. Bu bakış açısıyla spor ekonomisi, pazar büyüklüğü, yatırım hacmi, istihdam, sponsorluk veya tüketim harcamalarıyla sınırlı değildir. Aynı zamanda sosyal sermaye, örgütsel bağlılık, duygusal bağ, kurumsal öğrenme, dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve değişen tüketim davranışları tarafından da şekillenmektedir.

Türkiye'de spor ekonomisinin bağımsız bir akademik alan olarak gelişimi, sporun sosyal, ekonomik ve kurumsal öneminin kabul edilmesiyle ilişkilendirilmiştir (Devecioğlu, 2005; Cerrahoğlu, 2016). Mikroekonomik yaklaşımlar, spor piyasasındaki arz-talep dengesini açıklamak için yararlıdır; ancak spordaki tüketici tercihleri ve üretici davranışları, psikolojik tatmin, sosyal etkileşim ve davranışsal niyetlerden de etkilenmektedir (Özaydın, 2025). Bu anlamda spor ekonomisi, tamamen finansal modellerden farklıdır; zira spora katılım, kimlik, aidiyet, motivasyon ve kolektif katılımı yakından bağlantılıdır.

Kurumsal ve örgütsel faktörler de spor ekonomisinin gelişiminde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bir spor kurumuna duyulan duygusal bağlılık, örgütsel vatandaşlığı, çalışan motivasyonunu, üretkenliği ve kurumsal aidiyeti güçlendirebilir (Dixon ve ark., 2005). Benzer şekilde, spor pedagojisi ve yönetim eğitimindeki güncel gelişmeler, spor sektöründeki mesleki yeterliliklerin uygulamaya dayalı öğrenme ve örgütsel gelişim yoluyla desteklenmesi gerektiğini göstermektedir (Light & Dixon, 2007). Yerel yönetimler de bu süreçte önemli aktörlerdir; zira spor politikaları, toplumsal eşitliğe, fırsat eşitliğine ve toplum içinde spor katılımının daha geniş bir kitleye yayılmasına katkıda bulunabilir (Atalı, 2015; Kasapoğlu & Öçal, 2021).

Son yıllarda, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik, spor ekonomisinin yeniden şekillenmesinde giderek daha etkili hale gelmiştir. Dijital dönüşüm, çevre dostu bilgi teknolojileri ve yeşil spor marka sadakati, spor sektöründe yeni rekabet avantajları yaratmıştır (Thongrawd ve ark., 2019; Ji ve ark., 2025). Buna ek olarak, dijital platformlar aracılığıyla sporun artan görünürlüğü, kültürel tanıtım, marka değeri ve ekonomik büyümedeki rolünü güçlendirmiştir (Boluda ve ark., 2024). Spor, aynı zamanda sürdürülebilir davranışları, çevre bilincini ve toplumsal sorumluluğu destekleyen bir platform olarak da ele alınmaktadır (Casper ve ark., 2020; Cunningham ve ark., 2020).

Buna göre, bu çalışma, psikososyal temeller, kurumsal ve yönetsel yapılar ile dijital-sürdürülebilir dönüşüm olmak üzere birbiriyle ilişkili üç boyuta odaklanarak kavramsal bir literatür taraması yoluyla Türkiye'nin spor ekonomisini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Mevcut literatürü bu boyutlar etrafında düzenleyerek, makale, Türkiye'deki spor ekonomisinin yalnızca gelir getirici bir alan olarak değil, aynı zamanda ekonomik, kültürel, kurumsal ve sembolik değer üreten bir sosyal ekosistem olarak nasıl anlaşılabilirliğini açıklığa kavuşturmayı amaçlamaktadır.

Toplumsal Katılım, Sosyal Sermaye ve Sürdürülebilir Değer

Spor, insanları bir araya getirip insan ilişkilerini besleyerek ekonomik göstergelerin ötesine geçer; özünde, toplum içinde sosyal sermaye ve katılım arzusu aşılır. Sosyal katılımı artıran, istihdamı canlandıran ve halk sağlığını güçlendiren etkili bir araç işlevi görür—sahada topun çıkardığı ses bile bu gücü somutlaştırır (Corvino ve ark., 2023). Bu açıdan bakıldığında, spor etkinlikleri sadece ekonomik kâr yaratmakla kalmaz; bireylerin yaşam kalitesini artırır ve toplumsal dayanışma duygusunu güçlendirir. Tribünlerden yankılanan tezahüratlar, bu etkinin en canlı kanıtıdır. Ekonomik kazançların ötesinde, spor organizasyonları yerel kimliği pekiştirmede ve sosyal bağları sağlamlaştırmada hayati bir rol oynar; yine tribünlerden gelen tezahüratlar bu olguyu örneklemektedir. Türkiye'deki spor politikalarının uzun vadeli toplumsal faydaları, bu politikaların nasıl düzenlendiğiyle ve insanların bu süreçlere katılımındaki samimiyet ve coşkuyla yakından bağlantılıdır (Devecioğlu, 2005). Sporun, kolektif farkındalık yoluyla sosyal refahı teşvik ederek Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine katkıda bulunduğu da vurgulanmaktadır; bu duygu, maç sonrası kalabalığın dayanışmasında hissedilebilir (Barbu ve ark., 2020). Bu bulgular, spor ekonomisinin değerinin yalnızca piyasa dinamikleriyle değil, aynı zamanda topluluğun sorumluluk duygusuyla da değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir — tıpkı dolup taşan bir stadyumda yankılanan ortak heyecan gibi.

Spor Ekonomisinin Gelişimi ve Psikososyal Temelleri

Klasik ekonomi teorileri, spor ekonomisinin gelişimini üretim faktörleri perspektifinden açıklarken, günümüzde bu evrim daha çok tüketici davranışları ve stadyum tribünlerinde hissedilebilen sosyal sermayenin temelleri bağlamında değerlendirilmektedir. 1990'lardan bu yana Türkiye'de spor ekonomisi, bağımsız bir akademik disiplin olarak kabul görmüştür; bu gelişme, sporun psikolojik ve sosyal etkilerine dair artan farkındalıkla paralel olarak ilerlemiştir; tıpkı bu farkındalığı yansıtan, dolup taşan stadyumların yankılanan sesleri gibi (Cerrahoğlu, 2016). İnsanlar spora sadece formda kalmak için değil, aynı zamanda kim olduklarını ifade etmek, aidiyet hissetmek ve saygı kazanmak için de katılırlar; ter kokusu bile bazen bu arayışın bir parçası olabilir. Sporun ekonomi içinde arz ve talep dengesi yaratırken, talep tarafının psikolojik tatmin, sosyal kabul ve grup aidiyeti gibi duygusal faktörler tarafından yönlendirildiği belirtilmiştir (Özaydın, 2025). Spor etkinlikleri, bir şehrin sokaklarından kültürel kutlamalarına kadar toplumun sosyo-kültürel dokusunu şekillendiren güçlü ekonomik olgular olarak işlev görür. Mersin'de düzenlenen 17. etkinlik enerji doluydu; deniz esintisi, kalabalığın arasından kahkaha seslerini taşıyordu. Akdeniz Oyunları'nda da görüldüğü gibi, spor organizasyonları yerel ekonomilere geçici bir ekonomik canlılık getirir; ancak bunların kalıcı etkileri, sosyal motivasyon, şehir imajı ve kişilerarası etkileşim alanlarında ortaya çıkar (Can & Değirmen, 2017).

Spor ekonomisi, klasik ekonomik yaklaşımlardan ayrılır ve insan davranışları, kültürel bağlamlar ve sosyal ilişkiler tarafından şekillendirilen dinamik bir sistem olarak ortaya çıkar; tribünlerdeki coşku bile bu yapının bir parçasıdır. Spor, eğlence ve turizm ekonomisi içinde önemli bir yer tutar; zira bireylerin eğlence, sosyalleşme ve kendini gerçekleştirme arzularının ekonomik tercihlerini nasıl şekillendirdiği ile yakından bağlantılıdır (Tribe, 2011). Bu bağlamda, spora katılım sadece gelir düzeyine değil, aynı zamanda kişinin refah duygusuna, sosyal kabul görmesine ve kişisel kimliğinin kademeli olarak oluşumuna da bağlıdır. Türkiye'de sporun stratejik gelişimi için, mali yatırımların ötesinde, bireysel motivasyon ve sosyal etkileşim gibi psikososyal faktörlerin de dikkate

alınması gerektiği vurgulanmaktadır (Devecioğlu, 2005). Sporun ulusal kalkınmaya yaptığı gerçek katkı, toplumun sporu nasıl algıladığı ve katılımı nasıl sürdürdüğüyle doğrudan ilgilidir; stadyumda yankılanan toplu tezahüratlar bu bağı canlı bir şekilde ifade eder. Spor, yalnızca ekonomik kazanç kaynağı değildir; aynı zamanda sosyal kalkınmayı da teşvik eder. Spor etkinlikleri, bireylerin topluluklarına aidiyet duygusunu güçlendirir; bu olgu, saha kenarında yan yana tezahürat yapanların paylaştığı coşkuda açıkça gözlemlenebilir (Barbu ve ark., 2020). Bu bakış açısı, spor ekonomisinin psikososyal boyutunun yalnızca bireysel davranışlarla değil, aynı zamanda tribünlerde yankılanan ortak bir bilinçle de bağlantılı olduğunu ortaya koymaktadır. Yerel yönetimlerin spor politikalarının, ekonomik kalkınma araçlarından kapsayıcı sosyal girişimlere —çocukların kamu parklarında birlikte oynadığı ve herkesin eşit olarak katıldığı alanlara— doğru evrim geçirdiği öne sürülmektedir (Atalı, 2015). Spor kurumlarındaki duygusal bağlılığın, çalışanların motivasyonunu ve bağlılığını artırdığı tespit edilmiştir; bu tür ortamlarda insanlar işlerine daha büyük bir coşkuyla yaklaşır ve sahaya enerjik bir atmosfer yayılır (Dixon ve ark., 2005). Bu görüş, örgütsel bağlılığın, aidiyet ve kolektif katılımı besleyen toplumsal süreci yansıttığını göstermektedir—tıpkı bir grubun uyum içinde nefes alması gibi. “Uzun Vadeli Sporcu Geliştirme” modeli, spora yalnızca bireysel başarı arayışı olarak değil, aynı zamanda bir sosyal öğrenme ve dayanıklılık süreci olarak yaklaşmaktadır (Dowling & Washington, 2019). Bu çerçevede, Türkiye’nin sosyal kalkınmasında sporun rolünü yeniden düşünmek için sağlam bir temel sunmaktadır; tıpkı bir stadyumda yankılanan sesler gibi, bu da etkileyici bir hareketin sinyalini vermektedir. Araştırmalar ayrıca, spor yatırımlarının sosyal adalet için hayati önem taşıdığını ve sadece ekonomik büyümeyi değil, fırsat eşitliğini de artırdığını göstermektedir; örneğin, bir mahallede yeni açılan bir spor tesisi, gençlerin aynı sahada bir araya gelmesini sağlar (Kasapoğlu & Öçal, 2021). Böylelikle spor, sosyal eşitsizlikleri azaltan bir sosyal politika aracı haline gelir.

Psikososyal Dinamikler ve Spor Çok Katmanlı Yapısı

Spor ekonomisi, yalnızca para ve üretimle açıklanamayacak karmaşık bir toplumsal olgudur; tribünlerdeki heyecandan saha kenarındaki coşkuya kadar uzanır. Küreselleşme, spor endüstrisinin ekonomik ve kurumsal yapısını derinden dönüştürmüş, spor kulüpleri içindeki finansal sürdürülebilirlik ve kurumsallaşma süreçlerini hızlandırmıştır — tribünlerden yankılanan tezahüratlar bile bu dönüşümün ritmini yansıtıyor gibi görünmektedir (Ekmekçi ve ark., 2013). Bu durum, sporun salt ekonomik bir faaliyet olmanın ötesine geçerek, toplumun örgütsel yapılarını aktif olarak şekillendiren bir sektör olarak ortaya çıktığını göstermektedir; bu gerçek, kalabalığın kolektif sesinden bile anlaşılabilir. Türkiye’deki büyük belediyelerin stratejik planlarında spor, sosyal kalkınma ve yaşam kalitesiyle iç içe geçmiş bir unsur olarak açıkça vurgulanmaktadır; örneğin, parkta sabah yürüyüşü yapan insanların görüntüsü bu anlayışı yansıtmaktadır (Atalı, 2015). Bu bulgu, spor ekonomisinin sosyal boyutunun idari politikalarla sıkı bir şekilde iç içe olduğunu ortaya koymaktadır — tıpkı tribünlerde dalgalanan bayrakların siyasi karar alma süreçlerinin rüzgârlarıyla uyum içinde hareket etmesi gibi. Yerel yönetimler tarafından yapılan spor yatırımları yalnızca ekonomik büyüklük açısından ölçülemez; bu yatırımlar aynı zamanda sosyal adaleti, eşit erişimi ve kentsel kimliği de güçlendirir — bu da parkta top oynayan çocuklardan ve tribünlerde yan yana oturan insanlardan kaynaklanır (Kasapoğlu & Öçal, 2021). ‘de özellikle, sporun taban düzeyinde yaygınlaşmasını amaçlayan politikalar, güçlü bir psikososyal temele dayanır; bu da sosyal sermayenin oluşumunu destekler ve bireylerin topluluk içindeki sosyal entegrasyonunu teşvik eder. Spor ekonomisinin odak noktası artık performans veya finansal göstergelerle sınırlı değildir; günümüzde insanların beklentileri ve tribünlerdeki sosyal etkileşim kalıpları merkezde yer almaktadır. Spor ve fitness kulüpleri üzerine yapılan araştırmalar, ekonomik sürdürülebilirliği belirleyen temel faktörün üyelerin memnuniyet düzeyi olduğunu ortaya koymaktadır—eğer bir üye her antrenman seansından tatmin olmuş hissederek ayrılırsa, kulüp uzun vadeli gücünü korur (Pedragosa & Correia, 2009). Bu durum, modern spor ekonomisinin sadece ürün veya hizmet satmaktan, stadyumdaki taraftarların hissettiği heyecana benzer deneyimler sunmaya doğru kaymış

olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, spor pazarlamasının gelişimini sınırlayan engellerin çoğunun yapısal kısıtlamalardan değil, iç iletişim ve organizasyon kültüründeki eksikliklerden kaynaklandığı belirtilmiştir; zaman zaman aynı takımın üyeleri bile anlaşmazlık duvarlarıyla karşılaşmaktadır. Bu bakış açısı, Türkiye’de sporun büyümesinin yalnızca finansal yatırımlara veya tesis genişletmeye değil, aynı zamanda saha üzerindeki ter kokusu kadar hayati bir güç olan takım ruhunu besleyen psikososyal kapasitenin güçlendirilmesine de bağlı olduğunu vurgulamaktadır. Sporun kurumsal başarısı, sağlam yönetim stratejileri ile insanların takımlarına karşı hissettikleri samimi duygusal bağlılık arasında dengeli bir köprü kurulduğunda ortaya çıkar. Ayrıca, spor ekonomisi sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle iç içe geçmiştir. Örneğin Çin’de spor, çevre bilincini artırmak, sağlığı teşvik etmek ve sosyal uyumu güçlendirmek için etkili bir araç olarak kabul edilmiştir (Zhou ve ark., 2023). Buna göre Türkiye’de spor, yalnızca ekonomik kâr kaynağı olarak değil, tıpkı bir maç sırasında seyirciler arasında paylaşılan senkronize nefes ritmi gibi, sosyal refahı ve kolektif dayanışmayı güçlendiren bir alan olarak görülmelidir.

Sporun Ekonomik, Sosyal ve Siyasi Boyutları

Günümüzde spor ekonomisi, ekonomik büyümeyi ve toplumsal dönüşümü yönlendiren başlıca güçlerden biri olarak kabul edilmektedir; bu güç, stadyum ışıkları yandığında daha da somut hale gelmektedir. Kalkınma odaklı spor politikaları genellikle dar kapsamlı programlar aracılığıyla uygulanmaktadır; ancak sporun, ekonomik ve sosyal refahın daha adil bir şekilde dağıtılmasını teşvik etmek için çok daha geniş kapsamlı bir araç işlevi görebileceği vurgulanmaktadır. Futbol sahasında ter dökken gençlerin görüntüsü, bu potansiyelin canlı bir örneğidir (Coalter, 2010). Spor ve siyaset arasındaki artan karşılıklı bağlantı, sosyal kapsayıcılığı ekonomik kazançla uyumlu hale getirmeyi zorunlu kılmaktadır. Tribünlerden yankılanan sesler bile bu dönüşümün bir parçasıdır ve sporun, kolektif coşkuyu siyasi ve ekonomik değişimin daha geniş dinamikleriyle nasıl iç içe geçirmeye devam ettiğini yansıtmaktadır.

Neoliberal politikaların spor ve beden eğitimi üzerindeki etkisinin, sporu yalnızca performans ve rekabet alanı olarak değil, bireysel gelişim ile kolektif dayanışmanın bir arada var olduğu bir ortam olarak görme ihtiyacını ortaya koyduğu öne sürülmüştür (Evans & Davies, 2014). Bu bakış açısı, sporun psikososyal boyutunun eğitim politikalarıyla ne kadar derinden iç içe olduğunu vurgulamaktadır—tıpkı okul bahçesindeki çocuk oyunlarının öğrenmenin ruhunu yansıtmaya gibi. Futbolun tarihsel evrimi, “halkın oyunu” kavramı aracılığıyla incelenmiş ve zamanla futbolun, tıpkı mahalle sokaklarında tozlu bir topun herkes için ortak bir dil yaratması gibi, hem sınıf kimliğini hem de kültürel aidiyeti şekillendiren bir araç haline geldiği vurgulanmıştır (Kitching, 2015). Günümüzde futbol her zamankinden daha fazla ticarileşmiş olsa da, taraftarların kulüplerine olan sadakati ve aidiyet duygusu hâlâ sosyal etkileşimin tam kalbinde yer almaktadır.

Spor Ekonomisinde Kurumsallaşma, Şirketleşme ve Yönetim Dinamikleri

“Halkın oyunu” yaklaşımıyla ele alındığında, spor ekonomisinin tarihsel temellerinin sosyal sınıf ve aidiyet kavramlarıyla doğrudan bağlantılı olduğu ortaya çıkmaktadır (Kitching, 2015). Günümüzde spor, kurumsal yapılar ve küresel pazarlarla iç içe geçmiş olsa da, özünde insanların bir araya gelip ter döküp çabalarını paylaştıkları alanlardan doğan kolektif katılım ve sosyal sermaye sayesinde gelişmeye devam etmektedir. Bu bakış açısı, “kalkınma için spor” politikalarına yönelik eleştirilerle de örtüşmekte ve stadyumun sessiz tribünlerinde yankılanan sorgulayıcı seslere eşlik etmektedir (Coalter, 2010). Spor politikalarının yalnızca ekonomik hedeflere odaklandığı durumlarda, psikolojik tatmini ve sosyal refahı artırma kapasitesini yitirdiği, hatta sahadaki heyecanın bile anlamını yitirmeye başladığı öne sürülmektedir. Bu nedenle, sürdürülebilir bir spor ekonomisi yalnızca sermaye yatırıma değil, aynı zamanda kültürel sürekliliğe, katılımda eşitliğe ve sosyal kapsayıcılık ilkelerine de dayanmalıdır — tıpkı her maçta tribünleri dolduran o bitmeyen coşku gibi. Son yirmi yılda Türkiye spor ekonomisinde yaşanan en çarpıcı dönüşümlerden biri, spor kulüplerinin kademeli olarak kurumsallaşması olmuştur; artık kalabalığın uğultusu bile bu evrimi

yansıtmaktadır. Türkiye’deki spor kulüplerinin şirketleşmesini inceleyen çalışmalar, bu dönüşümün yönetim kalitesini artırırken, aynı zamanda yeni finansal riskler ortaya çıkardığını ve zaman zaman mali dengeyi bozduğunu ortaya koymaktadır (Devecioğlu ve ark., 2012). Şirketleşme süreci, spor kulüplerini geleneksel aidiyet yapılarından etkili bir şekilde uzaklaştırarak onları piyasa ekonomisinin mantığına entegre etmiştir.

Kurumsallaşmanın, Türk spor sektörünün, özellikle de futbol kulüplerinin ekonomik sürdürülebilirliğinde belirleyici bir rol oynadığı vurgulanmaktadır; tribünlerden yankılanan tezahüratlar bile bu gerçeği gölgeleyememektedir (Ekmekçi & İrmiş, 2015). Ancak kurumsallaşma yalnızca bir finansal model değildir; insanların düşünme biçimini ve hatta kuruluşlar içindeki atmosferi yeniden şekillendiren psikososyal bir dönüşümü temsil eder. Kulüpler kurumsal kimliklerini oluşturmak ve geliştirmek için çaba gösterirken, taraftarların aidiyet duygusunu, satın alma davranışlarını ve marka sadakatini yeniden tanımlamaktadırlar; tribünlerde dalgalanan bayraklar artık tam da bu dönüşümün sembolleri haline gelmiştir. Son yıllarda, bibliyometrik analizler spor ekonomisi alanına yönelik akademik ilgide hızlı bir artış olduğunu ortaya koymuştur; örneğin, günümüzde neredeyse her konferansta bu konuyla ilgili birkaç yeni bildiri sunulmaktadır (Aygün & Savaş, 2025). Bu artan akademik ilgi, sporun yalnızca bir ekonomik alan olarak değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel bir araştırma alanı olarak da değer kazandığını göstermektedir — tıpkı bir stadyumda yankılanan seslerin toplumun nabzını yansıtmaya gibi. Spor ekonomisinin temel bileşenlerinden biri, büyük etkinliklerin hem ekonomik hem de sosyal etkilerini değerlendirme yeteneğinde yatmaktadır; örneğin, bir maratonun şehre kattığı canlılık bunu canlı bir şekilde göstermektedir. Dwyer ve ark. (2017), spor etkinliklerinin ekonomik katkısının yalnızca gelir yaratma açısından değil, aynı zamanda sosyal etkileşimi teşvik etme ve yerel kalkınmayı canlandırma kapasitesi üzerinden de değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu bakış açısı, spor ekonomisinin psikososyal boyutunu ön plana çıkarır; zira bu tür etkinlikler, tıpkı bir stadyumda yankılanan tezahüratlar gibi, toplulukların deneyimlerini paylaştığı ve kolektif kimlikler oluşturduğu alanlar işlevi görür. Büyük ölçekli uluslararası etkinlikler, aday şehirlerin “küresel şehir” olma hedeflerini sınavabilecekleri dinamik sahneler sunar; kalabalığın mırıldanması ve ışıkların parıltısı, bu sınavın atmosferini birlikte belirler (Short, 2004).

Bu tür etkinlikler, salt ekonomik yatırımın ötesine geçerek, şehirlerin kolektif hafızasında yankı bulan psikolojik ve kültürel sembollere dönüşür; kamuya açık bir meydana dalgalanan bir bayrak kadar kalıcı izler bırakır. Bu bakımdan spor, sadece ekonomik büyümeyi desteklemekle kalmayıp, insanlar arasında ortak bir kimlik duygusu da şekillendiren bir şehir markalaşma aracı haline gelir; bu etki, stadyum ışıkları geceyi aydınlattığında daha da belirgin hale gelir. Giampiccoli ve ark. (2015) göre, Güney Afrika’daki büyük spor etkinlikleri kısa vadede ekonomiyi canlandırmaktadır; ancak sağlam sosyal politikaların desteği olmadan bu canlılık, yaz esintisi kadar çabuk kaybolmaktadır. Benzer şekilde, araştırmalar 2004 Atina Olimpiyat Oyunları’nın Yunan ekonomisine geçici bir ivme kazandırmış olsa da, etkinliği düzenlemenin muazzam maliyetlerinin nihayetinde ülkenin uzun vadeli borç yükünü artırdığını göstermektedir (Kasimati & Dawson, 2009). Bu bulgular, büyük kurumların ekonomik analizler yaparken kriz dönemlerinde ortaya çıkan korku veya umut gibi insan davranışlarını ve duygularını göz ardı etmemeleri gerektiğini ortaya koymaktadır. Kişisel başarı ile toplumsal etki arasındaki bağlantı, tıpkı dolu bir stadyumun enerjisi içinde hissedilen zafer coşkusunda olduğu gibi, spor ekonomisinin tam kalbinde yer alan güçlü bir psikososyal unsurdur. Elit sporcuların kariyer başarılarını etkileyen iç ve dış faktörleri inceleyen çalışmalar, kendini gerçekleştirme, sosyal tanınma ve aidiyet duygusunu kapsayan içsel motivasyonun, ekonomik kazançtan daha kalıcı bir etki bıraktığını göstermektedir (Hallmann ve ark., 2018). Bu durum, spor ekonomisinin sürdürülebilir kalabilmesi için psikolojik faktörlerin finansal göstergeler kadar belirleyici olduğunu açıkça ortaya koymaktadır; bazen bir sporcunun morali, bir finansal rapor kadar çok şey ortaya koyabilir. Afrika ülkelerinde ekonomik göstergeler ile spor performansı arasındaki ilişkiyi araştıran analizler, artan refahın başarıyı artırırken, yönetimdeki

eksikliklerin ahlaki ve sosyal baskılarla birleşerek performansı sınırlama eğiliminde olduğunu göstermektedir (Manuel-Luiz & Fadal, 2011). Bu bulgu, gerçek ekonomik kalkınmanın ancak bireysel motivasyon ve kurumlardaki iç çalışma kültürü ile birlikte değerlendirildiğinde anlam kazandığını vurgulamaktadır.

Gelişen Ekonomik Alanlar: Dijitalleşme, E-Spor ve Tüketici Davranışı

Günümüzde spor ekonomisindeki dönüşüm, dijitalleşme tarafından yönlendirilmektedir; artık her tıklama, kalabalığın sesini bile değiştirmektedir. Bilir (2022), e-sporun dünya çapında en hızlı büyüyen alt sektörlerden biri olduğunu ve Türkiye’de gençlerin bu alana olan yoğun ilgisinin, sektörün ekonomik ölçeğini gözle görülür şekilde genişlettiğini belirtmektedir. E-spor, sadece oyun endüstrisinin bir dalı değildir; bireylerin kendilerini ifade ettikleri, başarı duygusuyla motive oldukları ve gecenin geç saatlerinde takım arkadaşlarıyla bağ kurdukları bir dünyayı oluşturur. Bu açıdan bakıldığında, spor ekonomisi sadece fiziksel performansı değil, zihinsel çabayı ve dijital etkileşimi de kapsayan dinamik bir ekosisteme dönüşmüştür; ekranın arkasından heyecanla maçı izleyen taraftar da bu ekosistemin bir parçasıdır. E-sporcular, sadece rekabet becerileriyle değil, stres yönetimi, stratejik düşünme ve sürekli odaklanma gibi psikolojik özellikleriyle de takdir edilmektedir; uzun bir maçın gergin son dakikalarında bile, terden ıslanmış avuç içleriyle soğukkanlılıklarını korurlar. Böylelikle dijital spor ekonomisi, geleneksel sporun psikososyal temellerini yeniden şekillendirmektedir; stadyum tezahüratlarının anlamı bile değişmektedir. Dijital teknolojilerin etkisiyle günümüzün spor ekonomisi köklü bir dönüşüm geçirdi; artık her şey, tek bir tıklamayla milyonlara ulaşan bir hızda işliyor. Spor, fiziksel performansla sınırlı olmanın ötesine geçerek, insanların anlamlı bir katılım arzusuna hitap eden daha geniş kapsamlı “deneyim ekonomisi”nin bir parçası haline geldi — tıpkı stadyumdaki tezahüratların yankılarının tek bir anı unutulmaz kılması gibi (Seo, 2013).

E-spor ve çevrimiçi rekabet platformları, genç nesillerin psikososyal tatminini, kimlik oluşumunu ve toplumsal katılımını yeniden tanımlıyor. Bu dijital arenalar, gençlerin kimliklerini nasıl oluşturduklarını, toplumsal hayata nasıl katıldıklarını ve psikolojik doyuma nasıl ulaştıklarını yeniden şekillendiriyor; her tıklama ve adresindeki renkli ekranların parıltısı, yeni bir aidiyet duygusu yaratıyor. Bu dönüşüm, sporun ekonomik değerini yeniden tanımlamıştır; artık bu değer yalnızca gelirle değil, insan etkileşiminin kalitesi, aidiyet duygusunun gücü ve aydınlık ekranlara yansıyan dijital kimliklerin yarattığı yankıyla ölçülmektedir. Rowe ve Hutchins’e (2020) göre, dijital medya sporun sunumunda devrim yaratmış ve geleneksel tek yönlü yayıncılıktan, izleyicilerin aktif olarak yorum yaptığı ve katıldığı çok boyutlu ve etkileşimli bir iletişim biçimine geçiş sağlamıştır. Bu dönüşüm, spor izlemeyi sosyal ve katılımcı bir deneyime dönüştürmektedir; insanlar artık sadece maçı izlemekle kalmamakta, yorum yapmakta, tepki göstermekte ve sosyal medyada arkadaşlarıyla anları paylaşmaktadır. Sonuç olarak, spor ekonomisi, bireylerin “görünürlük” ve “katılım” konusundaki psikososyal ihtiyaçlarını karşılayan dijital bir deneyim alanına dönüşmüştür; bu, taraftarların tezahüratlarının artık dijital manzarada yankılandığı sanal bir tribündür. Ratten (2017), girişimcilik ve inovasyon politikalarının spor sektöründeki büyümenin temelini oluşturduğunu vurgulamıştır; bu politikalar, özünde sahadaki her hareketi şekillendirmektedir. Türkiye’nin spor ekonomisinin dijital girişimcilik ve yenilikçi yönetim modelleriyle birleşmesi büyük önem taşımaktadır; zira bu, sadece istihdam yaratmakla kalmaz, aynı zamanda bireylerin psikolojik motivasyonunu da artırır — tıpkı topun ağlara çarptığı andaki heyecan dalgası gibi. Bu nedenle dijital dönüşüm, yalnızca teknolojik bir süreç değildir; yaşam tarzlarını yeniden şekillendiren ve toplumun sokaklarına yeni bir ritim yayan güçlü bir sosyal güçtür. Dijital medya, spor ekonomisini yeniden tanımlamaya devam ederken hem kültürel hem de ekonomik bir devrim başlatmıştır; artık stadyum ışıklarının parıltısı bile ekranlardan yayılmaktadır. Yeni medya ortamları, profesyonel sporun politik ekonomisini derinden değiştirmiş; izleme alışkanlıklarını, sponsorlarla ilişkileri ve medya gelirlerinin akışını doğrudan etkilemiştir (Dart, 2014). Bu dönüşüm, sporun dijital platformlar aracılığıyla hem daha erişilebilir hem de daha kârlı hale geldiğini ortaya koymaktadır; bugün herkes

tek bir tıklama ile bir maçı izleyebilir. Sporun dijitalleşmesi, insanların psikososyal etkileşimde bulunma biçimlerini de yeniden şekillendirmektedir; artık oyuncular bile sadece bir ekrana dokunarak takım ruhunu hissedebiliyor. Lu ve ark. (2024), yapay zeka teknolojilerinin dijital ekonomiye entegrasyonunun spor endüstrisinin büyümesini hızlandırdığını, ancak aynı zamanda veri yönetimi, etik sorumluluk ve sürdürülebilirlikle ilgili yeni sorular da gündeme getirdiğini vurgulamaktadır—sanki bir maçtaki her istatistiğin anında güncellenip tartışıldığı bir döneme girmişiz gibi. Yapay zekâ destekli analitik, spor kulüpleri için finansal planlamayı, seyirci davranış analizini ve sponsorluk stratejisi geliştirmeyi kolaylaştırmaktadır; örneğin, maç öncesinde bilet satışlarındaki dalgalanmaları gerçek zamanlı olarak tespit etmelerini sağlamaktadır. Ancak bu teknolojik dönüşüm, beraberinde bir tür psikososyal dengesizliği de getirmektedir — sanki herkes ekrana bakarken içsel dengesi biraz sarsılıyormuş gibi. İnsanlar spor içeriklerini giderek daha fazla dijital platformlar üzerinden tüketirken, maçlara veya antrenmanlara fiziksel olarak katılanların sayısı gözle görülür şekilde azalmıştır. Bu durum, spor ekonomisinde etkileşimli tatminin kademeli olarak sanal bir deneyime dönüştüğü bir duruma doğru kayışı yansıtmaktadır; bu durumda kalabalığın coşkulu tezahüratı bile ekranın parlıltısıyla birleşiyor gibi görünmektedir. Yeni medya ile profesyonel spor arasındaki ilişkiyi politik ekonomi perspektifinden inceleyen araştırmalar, dijitalleşmenin hem demokratikleşmeyi hem de ticarileşmeyi hızlandırdığını ortaya koymaktadır; ekranın parlıltısı bile bu dönüşümün yoğunluğunu yansıtmaktadır (Dart, 2014). Bu evrim, sporu herkes için daha erişilebilir hale getirirken, aynı zamanda pazarı ateş gibi parıldayan, son derece rekabetçi bir arenaya dönüştürmektedir. Ancak, dijitalleşmenin faydaları spor ekonomisindeki tüm aktörler arasında eşit bir şekilde dağıılmamaktadır. Profesyonel kulüpler, büyük kuruluşlar ve dijital açıdan yetkin tüketiciler veri analitiği, çevrimiçi platformlar ve dijital sponsorluk modelleri aracılığıyla yeni fırsatlar elde edebilirken, daha küçük kulüpler ve dezavantajlı gruplar dijital altyapı, teknolojik okuryazarlık, mali kapasite ve platform görünürlüğü ile ilgili sınırlamalarla karşı karşıya kalabilir. Bu bağlamda, dijital dönüşüm hem spora erişimi demokratikleştirebilir hem de sektör içinde yeni eşitsizlik biçimlerini yeniden üretebilir (Dart, 2014; Lu ve ark., 2024; Rowe & Hutchins, 2020).

Guironnet'in (2023) araştırması, profesyonel spor dünyasında rekabetin yoğunlaştığı dönemlerde üretkenliğin kısa vadede artma eğiliminde olduğunu, ancak uzun vadeli istikrarın sarsıldığını göstermektedir; bu eğilim, tribünlerdeki coşku azalmaya başladığında daha da belirgin hale gelmektedir. Türkiye'de futbol kulüpleri arasındaki mali rekabet, genellikle istikrarlı ve sürdürülebilir bir ekonomik yapının kurulmasını gölgede bırakarak kısa vadeli zaferlerin peşinde koşmaya yol açmaktadır. Bu noktada, spor ekonomisinin geleceği sadece gelirlerin artırılmasına değil, aynı zamanda kurumsal dayanıklılığa ve psikolojik dengeyi koruma yeteneğine de bağlıdır — tıpkı yağmur altında sabırla bekleyen sadık bir taraftar gibi.

Dijital Dönüşüm, Sürdürülebilirlik ve Yeni Spor Ekonomisi

Günümüzde spor ekonomisi, hızlanan dijitalleşme süreci ve çevresel sürdürülebilirliğin giderek artan önemi nedeniyle yeniden şekilleniyor. Ji ve ark. (2025) tarafından yapılan araştırmaya göre, dijital dönüşümün düşük karbonlu spor markaları üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar, dijital süreçlerin “yeşil spor markasına bağlılığı” teşvik ettiğini ortaya koyuyor. Bunun küçük ama anlamlı bir örneği, sporcuların çevre dostu ekipman seçerken markanın logosuna dokunarak o markaya güven duymalarıdır. Bu durum, çevre bilinci ile ekonomik sürdürülebilirliğin artık birbiriyle iç içe olduğunu ve spor ekonomisine dair yeni bir anlayışın doğduğunu göstermektedir; bu anlayışta tribünlerdeki esintinin bile değişim ruhunu taşıdığı hissedilmektedir. Thongrawd ve ark. (2019), Tayland'ın spor endüstrisinde yeşil bilgi teknolojilerine ve kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerine yapılan yatırımların önemli bir rekabet avantajı yarattığını belirtmektedir; örneğin, enerji verimli stadyum aydınlatması bu farkın somut bir örneğidir. Spor endüstrisinde çevreye duyarlı olmak, yalnızca etik bir tercih değil, aynı zamanda ekonomik performansı artıran akıllı bir stratejidir—tıpkı hem sürdürülebilirliği hem de başarıyı aydınlatan enerji tasarruflu ışıklar altında oynayan bir takım

gibi. Al-Khaldi (2022), bilgi yönetimi ile rekabet avantajı arasındaki güçlü ilişkiyi vurgulamakta ve spor kurumları içindeki örgütsel öğrenme kültürünün ekonomik başarıyı artırdığını belirtmektedir — tıpkı topun ritmine uyum sağlamış, iyi koordine edilmiş bir takım gibi. Bu bulgu, sporun sadece bireysel değil, aynı zamanda kurumsal psikososyal yapıları da bünyesinde barındırdığını göstermektedir; bu, bir takım toplantısı sırasında hissedilen ortak heyecana benzemektedir.

Sporun dijital boyutu artık kısa sosyal medya videolarından uluslararası marka imajlarının oluşturulmasına kadar uzanmakta ve yepyeni bir ekonomik alana kapı açmaktadır. Uluslararası spor etkinlikleriyle bağlantılı sosyal medya etkileşimlerinin ekonomik değerini karşılaştıran “Brand Spain” girişimi kapsamında yürütülen çalışmalar, dijital görünürlüğün marka ekonomisinde doğrudan bir kaldıraç görevi gördüğünü ortaya koymaktadır; örneğin, tek bir viral paylaşım bir markanın algısını anında yükseltebilir (Boluda ve ark., 2024).

Eğitim, Katılım ve Örgütsel Psikoloji Bağlamında Sporun Rolü

Spor ekonomisinin sürdürülebilirliği, yalnızca büyük ölçekli yatırımlara değil, sahadaki sporcudan yönetim kurulu odasındaki yöneticiye kadar sürece dahil olan herkesin içsel motivasyonuna da bağlıdır. Örgütsel bağlılığın duygusal boyutunu vurgulayan araştırmalar, spor sektöründeki genç çalışanlar arasındaki aidiyet duygusunun hem motivasyonu hem de üretkenliği şekillendirmede belirleyici bir rol oynadığını göstermiştir (Dixon ve ark., 2005).

Dixon ve ark. (2005) tarafından yapılan çalışma, özellikle örgütsel bağlılığın duygusal yönüne odaklanarak, spor alanındaki genç profesyonellerin hissettiği duygusal bağın, tıpkı bir maç öncesinde nefesini tutan ve ortak bir amaç duygusundan enerji alan bir takım gibi, onların azim ve verimliliğini doğrudan etkilediğini ortaya koymaktadır. Araştırmalar, spor pedagojisindeki yeni yaklaşımların yönetim eğitimi ile bütünleştirilmesi gerektiğini ortaya koymakta ve sporun sadece bir performans alanı değil, aynı zamanda öğrenme ve değer yaratma alanı olduğunu da ortaya çıkarmaktadır — tıpkı antrenman sırasında hem beden hem de zihnin iş başında olması gibi (Light & Dixon, 2007). Bu bakış açısı, spor ekonomisini, eğitim tarafından şekillendirilen bir toplumsal dönüşüm aracı olarak görmemizi sağlar — tıpkı okul bahçesinde yapılan ilk pasın yeni bir düşünce biçiminin kapısını açması gibi. Kepoglu ve ark. (2021) tarafından yürütülen çalışmada, spor bilimleri öğrencilerinin “beden eğitimi” kavramına ilişkin metaforik algıları incelenmiştir. Bulgular, öğrencilerin sporu en çok “büyüme”, “özgürlük” ve “kendini ifade etme” ile ilişkilendirdiğini göstermiştir; hatta bazıları sporu taze bir nefes ya da açık alan hissi olarak tanımlamıştır. Bu durum, sporun bireyler için anlamının maddi açıdan değil, duygusal ve sosyal bir bağlamda anlaşılması gerektiğini vurgulamaktadır — tıpkı bir maçın ardından tribünlerde yankılanan coşku gibi.

Spor, Sağlık ve Sosyal Refah Arasındaki İlişki

Spor kulüplerindeki sağlık geliştirme girişimlerini inceleyen araştırmalar, sporun halk sağlığı davranışlarını dönüştürebilen güçlü bir araç olduğunu vurgulamaktadır; örneğin, bir maçın ardından terli yüzlerdeki canlı ifadeler bu dönüşümü sembolize etmektedir (Geidne ve ark., 2019). Bu bakış açısı, spor ekonomisinin halk sağlığı politikasıyla iç içe geçtiği yeni bir dönemi işaret etmektedir; sanki stadyumun yankıları artık hastane koridorlarında da duyuluyormuş gibi. Spor, salt fiziksel bir uğraşın ötesine geçerek, yaşam tarzlarını yeniden şekillendiren ve insan ilişkilerini güçlendiren dinamik bir mekanizma haline gelmiştir — tıpkı bir parkta birlikte oynayan bir grup insan gibi. Sporun ekonomik kalkınmadaki rolünü inceleyen çalışmalar, “sporu geliştirmek”ten “sporu kalkınmanın bir aracı olarak kullanmak”a doğru önemli bir paradigma değişimini vurgulamaktadır (Ha ve ark., 2015). Bu değişim, spor ekonomisinin üretim ve tüketim döngüleriyle sınırlı kalmaması, bunun yerine daha geniş kapsamlı toplumsal ilerleme süreçleriyle bağlantılı olması gerektiğini ortaya koymaktadır; tribünlerdeki tezahüratlar bu bağlantının canlı bir kanıtıdır. Capdevila ve ark. (2024), açık hava rekreasyonuna ilişkin karşılaştırmalı çalışmalar, teknolojik izleme araçlarının katılımcıların deneyimlerini zenginleştirirken sürdürülebilir bir turizm ekonomisine de katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır; örneğin, adım saymak için akıllı saat kullanan bir yürüyüşçü hem

yolculuğun tadını çıkarır hem de çevre bilincini artırır. Bu bulgular, teknolojik yeniliklerin spor ekonomisinin psikososyal boyutlarını güçlendirdiğini, özellikle de sabah koşusundan sonra hissedilen yenilenme hissi gibi, rekreasyonel katılımın bireysel refah üzerindeki olumlu etkilerini artırarak bunu sağladığını göstermektedir.

Küresel Spor Ekonomisi ve Mega Etkinliklerin Etkisi

Güney Afrika’da sporun turizm ve ekonomik kalkınma üzerindeki etkilerini karşılaştıran araştırmalar, büyük ölçekli küresel etkinliklerin yerel ekonomilere kısa vadeli bir ekonomik canlılık kazandırdığını vurgulamaktadır; ancak bu etkinin kalıcı olabilmesi için uzun vadeli ve sürdürülebilir politikalarla desteklenmesi gerekmektedir (Giampiccoli ve ark., 2015). Spor ekonomisini küresel ölçekte incelemek, sadece ekonomik verileri değil, aynı zamanda kültürel mirası, sosyal adaleti ve çevresel sürdürülebilirliği de dikkate almayı gerektirir — tıpkı stadyumda yankılanan bir milli marşın, tüm toplumun kolektif ruhunu yansıtmaya gibi.

Kasimati ve Dawson’a (2009) göre, 2004 Atina Olimpiyat Oyunlarının Yunan ekonomisi üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar, bu tür mega etkinliklerin kısa vadeli ekonomik canlılık sağladığını, ancak kapsamlı kamu harcamaları nedeniyle uzun vadeli bir borç yüküne dönüşebileceğini ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, Olimpiyatların ihracatı ve turizm üzerindeki olumlu etkileri genellikle geçicidir; ancak zamanla ulusal imaj ve marka değerine daha kalıcı bir katkı sağlarlar (Song, 2010). Bu zıtlık, mega etkinliklerin yalnızca kısa vadeli ekonomik canlanma veya şehir markalaşmasına katkıları üzerinden değerlendirilmemesi gerektiğini göstermektedir. Bu tür etkinlikler turizmi, altyapı gelişimini ve uluslararası görünürlüğü destekleyebilse de, sürdürülebilir planlama ve güçlü yönetimle desteklenmedikleri takdirde uzun vadeli mali baskı, fırsat maliyetleri ve yeterince kullanılmayan tesisler yaratabilirler. Bu nedenle, özellikle kamu harcamaları, borç yükü ve etkinlik sonrası sosyal faydalar bir arada değerlendirildiğinde, sporda sürdürülebilir kalkınma söylemine eleştirel bir yaklaşım benimsenmelidir (Giampiccoli ve ark., 2015; Kasimati & Dawson, 2009; Song, 2010; Li ve ark., 2011).

Li ve ark. (2011) tarafından 2008 Pekin Olimpiyat Oyunları üzerine yapılan araştırma, mega etkinliklerin ekonomik etkilerinin en belirgin şekilde altyapı yatırımları, yeni istihdam fırsatlarının yaratılması ve bir ulusun kültürel tanıtımının güçlendirilmesi yoluyla ortaya çıktığını göstermektedir; örneğin, şehir genelinde yeni metro hatlarının genişletilmesi bu dönüşümün somut bir sembolü haline gelmiştir. Olimpiyatlara katılımı etkileyen faktörleri inceleyen çalışmalar, ekonomik göstergelerin ötesinde, güçlü kurumsal yapılar, demografik özellikler ve yönetim yaklaşımları gibi unsurların da Olimpiyat başarısını belirlemede belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymaktadır (Yerdelen ve ark., 2025). Bu bulgular, spor ekonomisinin hem bir ülkenin kalkınma süreciyle hem de toplumunun kolektif duygusal durumuyla derin bir şekilde iç içe olduğunu vurgulamaktadır.

Küresel Rekabet, İnovasyon ve İleriye Dönük Bir Bakış Açısı

Günümüzün spor ekonomisi, geleneksel endüstriyel üretime daha az, izleyicilerin tribünlerde hissettikleri duygusal ve duysal katılım olarak tanımlanabilecek yoğun bir “deneyimsel üretim”e daha fazla dayanmaktadır. Seo (2013), sporun insanların sadece izlediği bir şeyden, bireylerin parıldayan stadyum ışıkları altında kalabalığın nabzını hissetmelerine olanak tanıyan yaşanmış bir deneyime dönüştüğünü belirtmektedir. Bu nedenle spor alanında yenilikçi politikalar ve girişimci bir kültür, yalnızca ekonomik değer yaratmakla kalmaz, aynı zamanda duygusal doyumu, toplumsal katılımı ve kolektif aidiyet duygusunu da güçlendirir — tıpkı tribünlerde yankılanan ve herkesi ortak bir bağ anında birleştiren tezahürat gibi (Ratten, 2017). Rowe ve Hutchins’in (2020) vurguladığı gibi, dijital medya, sporun psikososyal boyutunu güçlendiren en güçlü araçlardan biri olarak ortaya çıkmıştır; tıpkı bir maçın ardından tribünlerde yankılanan kolektif heyecan gibi, insanlar arasındaki baği pekiştirmektedir. Sporun dijitalleşmesi, bireyleri “aktif tüketiciler” haline getirmiştir; katılımcı kültür, gerçek zamanlı sosyal medya etkileşimleri ve sanal taraftarlık aracılığıyla yeni bir ekonomik model ortaya çıkmıştır. Bu model, artık sporun geleceğinde hem ekonomik hem de kültürel

sürdürülebilirliğin bir sembolü olarak durmaktadır; stadyumdaki tezahürat yapan kalabalığın yankıladığı aynı enerjiyle dengesini sürdürmektedir.

Spor Turizmi, Davranışsal Ekonomi ve Katılım Motivasyonu

Küresel spor ekonomisi genişlemeye devam ederken, sadece sportif başarıya değil, aynı zamanda insan motivasyonuna ve davranışına da giderek daha fazla dayanmaktadır; tribünlerde yankılanan heyecan, bu dinamizmin en canlı örneğidir. Andrew ve ark. (2019) tarafından vurgulandığı üzere, spor yönetimindeki bilimsel araştırma tasarımları, insanların neden katılımı tercih ettiklerini anlamada hayati bir rol oynamaktadır; bu motivasyonların etkisi, stadyumdaki kalabalığın uğultusu kadar somut bir şekilde hissedilebilir. Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, spor ekonomisinin sürdürülebilirliği yalnızca altyapı yatırımlarıyla değil, aynı zamanda psikolojik motivasyonun yönlendirdiği katılım alışkanlıklarıyla da şekillenmektedir.

Çin maratonları üzerine yapılan araştırmalar, seyirci motivasyonu, memnuniyeti ve davranışsal niyet arasındaki ilişkiyi incelemiş ve bireysel memnuniyetin ekonomik harcama potansiyelini artırdığını ortaya koymuştur (Duan ve ark., 2020). Bu çalışmalar, spor etkinliklerine katılımın sporu salt fiziksel bir aktiviteden somut bir deneyime dönüştürdüğünü göstermektedir; bu, ter kokusunun bile paylaşılan duygunun bir parçası haline geldiği bir tüketim biçimidir. Benzer şekilde, spor turizminin gençler arasında sağlık bilincini artırdığı ve aynı zamanda yerel ekonomilere doğrudan katkı sağladığı gösterilmiştir; örneğin, küçük sahil kasabalarında yerel işletmeler, bisiklet turları sayesinde gözle görülür bir finansal büyüme kaydetmiştir (Batyrbekov, 2024).

Chen'in (2024) meta-analizleri, spor turistlerinin seyahat edecekleri yeri belirlemede duygusal bağ, marka algısı ve destinasyona duyulan güvenin belirleyici faktörler olduğunu ortaya koymaktadır — tıpkı bir taraftarın takımının renklerini gördüğünde hissettiği çekim gücü gibi. Bu bulgu, turizm ekonomisi içinde duyguların ve sosyal etkileşimlerin ekonomik kararlarla nasıl iç içe geçtiğini açıkça göstermektedir. Benzer şekilde, Deng (2022), spor kasabası projelerinin çok sektörlü iş birliği yoluyla bölgesel kalkınmayı hızlandığını ve topluma önemli bir değer kattığını vurgulamaktadır; bu gelişme, tribünlerde yankılanan toplu coşkuda bile hissedilebilir.

Sürdürülebilirlik, Çevre Bilinci ve Spor Yönetimi

Son yıllarda, çevresel sürdürülebilirlik spor ekonomisi içinde giderek daha kritik bir odak noktası haline gelmiştir; tribünlere dağılmış plastik şişelerin görüntüsü bile kamuoyunda tartışmalara yol açmıştır. Casper ve ark. (2020), taraftarların çevre bilinci düzeylerinin spor kulüplerinin yeşil girişimlerine katılımlarını doğrudan etkilediğini ortaya koymaktadır; örneğin, geri dönüşüm kutularını aktif olarak kullanan taraftar sayısı bu artan bilinci yansıtmaktadır. Çevre dostu uygulamaların spor ekonomisine entegre edilmesi, sadece kurumsal itibar açısından değil, aynı zamanda daha geniş kapsamlı sosyal sorumluluk açısından da uzun vadeli değer yaratmaktadır. Fiziksel aktivite düzeyleri ile iklim değişikliğine yönelik tutumlar arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar, çevre bilinci ile bireylerin spora katılım şekli arasında anlamlı bir bağlantı olduğunu göstermektedir (Cunningham ve ark., 2020). Bu bulgular, spor ekonomisinin artık yalnızca gelir getirici bir alan olmadığını, aynı zamanda sürdürülebilir davranışları teşvik etmek için güçlü bir araç olduğunu ortaya koymaktadır. Büyük spor stadyumlarının çevresel etkisine, özellikle de su kaynakları üzerindeki etkisine ilişkin araştırmalar, iklim uyum stratejilerinin ekonomik planlamaya dahil edilmesinin gerekliliğini vurgulamaktadır; örneğin, yaz sıcaklığında çimlerin sulanması bile bütçeleme sırasında hesaba katılmalıdır (Dingle ve ark., 2023). Bu açıdan bakıldığında, sürdürülebilir altyapı yatırımları, tıpkı bir şehrin nefesini tazeleyen yeşil bir park gibi, ekolojik dengeyi korurken insanların psikolojik ve sosyal refahını artırmak için vazgeçilmez temeller oluşturmaktadır.

Spor ve Sürdürülebilir Kalkınma Arasındaki Etkileşim

Günümüzde, spor ekonomisinin sürdürülebilir kalkınmanın üç ana boyutunu —ekonomik, sosyal ve çevresel— aynı anda etkilediği öne sürülmektedir; tıpkı tek bir maçın tribünlerde heyecan

uyandırması, şehirdeki ticareti canlandırması ve çevredeki ortama enerji katması gibi. Zhou ve ark. (2023) göre, spor yeşil dönüşüm politikalarıyla bütünleştirildiğinde, ulusal ekonomilerin çevre dostu hedeflere ulaşmasına yardımcı olan güçlü bir katalizör görevi görür; tıpkı yeni bir filizi besleyen ilk yağmur damlası gibi. Benzer şekilde Deng (2022), sporun çok sektörlü bir yapıya dönüştüğünde istihdam fırsatları yaratarak ve bölgesel eşitliği güçlendirerek sürdürülebilir büyümeye katkıda bulunduğunu vurgulamaktadır.

Türkiye’de, spor ekonomisinin sürdürülebilirliğinin çevreye duyarlı tesisler, enerji verimli etkinlikler ve yeşil sponsorluk modelleri aracılığıyla güçlendirilebileceği vurgulanmaktadır; stadyum tribünlerinin altında sessizce çalışan güneş panelleri, bu dönüşümün küçük ama güçlü bir örneğidir. Taraftarların çevreye olan katılımını inceleyen araştırmalar, sporun yalnızca bir tüketim biçimi değil, aynı zamanda ekolojik farkındalık ve sosyal sorumluluğu teşvik eden bir araç olduğunu ortaya koymuştur (Casper ve ark., 2020). Bu bakış açısı, sporun ekonomik ve etik boyutları arasında bir köprü kurmaktadır — tıpkı sahada dökülen terin adil oyuna değer kattığı gibi. Araştırmalar ayrıca, fiziksel aktivite alışkanlıklarının iklim değişikliğine yönelik tutumları olumlu yönde etkilediğini ve sporu sürdürülebilir kalkınmanın psikososyal bir bileşeni olarak konumlandığını göstermektedir (Cunningham ve ark., 2020).

Sonuç ve Öneriler

Bu makalenin ana sonucu, Türkiye’nin spor ekonomisinin sürdürülebilirliğinin yalnızca finansal büyüme, yatırım hacmi veya istihdam rakamlarıyla açıklanamayacağıdır. Spor, ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkıda bulursa da, uzun vadeli değeri aynı zamanda toplumsal katılım, kurumsal kapasite, duygusal bağ, dijital dönüşüm ve çevresel sorumluluğa da bağlıdır (Barbu ve ark., 2020; Corvino ve ark., 2023). Bu bakımdan spor, yalnızca bir ekonomik sektör olarak değil, aynı zamanda aidiyet, örgütsel dayanıklılık, kültürel değer ve kamu refahı üreten bir sosyal ekosistem olarak da anlaşılmalıdır.

Bu makalede sunulan kavramsal değerlendirmeye dayanarak, Türkiye için beş politika önerisi öne sürülebilir. İlk olarak, ulusal ve yerel yetkililer, yalnızca mali göstergeleri değil, aynı zamanda toplumsal katılımı, kapsayıcılığı, gönüllülüğü, tesis kullanımını, dijital katılımı ve çevresel etkiyi de içeren bir spor ekonomisi izleme çerçevesi geliştirmelidir. İkinci olarak, yerel yönetimler, sosyal sermayeyi güçlendirmek ve eşit erişimi sağlamak amacıyla dezavantajlı gruplar, kadınlar, çocuklar, yaşlılar ve engelli bireyler için toplum temelli spor programları tasarlamalıdır (Atalı, 2015; Kasapoğlu & Öçal, 2021). Üçüncü olarak, spor kulüpleri ve federasyonları şeffaf yönetim, profesyonel yönetim, personel eğitimi, örgütsel öğrenme ve uzun vadeli mali planlama yoluyla kurumsal kapasitelerini geliştirmelidir. Bu süreçte, duygusal bağlılık ve öğrenme odaklı örgütsel kültürler, kurumsal sürdürülebilirliğin temel unsurları olarak değerlendirilmelidir (Dixon ve ark., 2005; Light & Dixon, 2007).

Dördüncüsü, spordaki dijital dönüşüm, küçük kulüplere, yerel kuruluşlara ve belediyelere dijital altyapı, veri okuryazarlığı, e-spor katılımı ve etik veri kullanımı alanlarında destek sağlanarak kapsayıcı bir şekilde yönetilmelidir. Dijital araçlar rekabet gücünü ve görünürlüğü artırabilir, ancak teknolojiye erişim ve dijital beceriler eşitsiz kalırsa yeni eşitsizlikler de yaratabilir. Bu nedenle dijitalleşme, yalnızca bir pazar stratejisi olarak değil, aynı zamanda bir sosyal kapsayıcılık politikası olarak da planlanmalıdır. Beşinci olarak, enerji verimli tesisler, su ve atık yönetimi, sürdürülebilir etkinlik planlaması ve çevreye duyarlı sponsorluk modelleri yoluyla yeşil spor politikaları genişletilmelidir. Bu bağlamda, spor kurumlarının sürdürülebilir rekabet gücünü güçlendirmek amacıyla dijital dönüşüm ve çevresel sorumluluk birlikte ele alınmalıdır (Ji ve ark., 2025).

Gelecekteki araştırmalar için, psikososyal ve kurumsal faktörlerin Türkiye’de sporun ekonomik sürdürülebilirliğini nasıl etkilediğini test edecek ampirik çalışmalara ihtiyaç vardır. Karma yöntem ve boylamsal çalışmalar, sosyal sermaye, örgütsel bağlılık, dijital katılım ve spor tüketim davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyebilir. Bölgesel karşılaştırmalar da yerel yönetim yatırımlarının

katılımı, kapsayıcılığı ve toplumsal refahı nasıl etkilediğini ortaya koyabilir. Ayrıca, gelecekteki çalışmalar dijitalleşmenin kulüpler, sporcular, tüketiciler ve yerel topluluklar arasındaki eşitsizlikleri azaltıp azaltmadığını veya yeniden üretip üretmediğini araştırmalıdır.

Bu makale, “Spor Ekonomisinin Psikososyal-Kurumsal-Dijital Sürdürülebilirlik Modeli” başlıklı kavramsal bir model önermektedir. Bu modele göre, finansal yatırımlar spor ekonomisinin yalnızca başlangıç girdisini oluşturmaktadır. Bu girdinin sürdürülebilirliği, birbiriyle etkileşim halinde olan dört mekanizmaya bağlıdır: psikososyal katılım, kurumsal kapasite, dijital dönüşüm ve çevresel sorumluluk. Bu mekanizmalar birlikte işlediğinde, spor ekonomisi sadece gelir elde etmekle kalmaz, aynı zamanda sosyal uyum, örgütsel dayanıklılık, kapsayıcı katılım, dijital rekabet gücü ve sürdürülebilir kalkınma da sağlayabilir. Bu nedenle, Türkiye’nin spor ekonomisinin geleceği, ekonomik büyümeyi sosyal değer, kurumsal kalite, dijital kapsayıcılık ve ekolojik sorumlulukla birleştiren bütüncül bir politika yaklaşımıyla planlanmalıdır.

References

- Al-Khaldi, H. M. (2022). Athletic knowledge management and its role in achieving competitive advantage in sports work environment. *Annals of Applied Sport Science*, 10(1), 1–10. <https://10.52547/aassjournal.1058>
- Andrew, D. P., Pedersen, P. M., & McEvoy, C. D. (2019). *Research methods and design in sport management*. Human Kinetics.
- Atalı, L. (2015). Büyükşehir belediyeleri stratejik planlarında spor ile ilgili amaç ve hedeflerin analizi. *Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri*, 10(1), 48–56.
- Aygün, M., & Savaş, Y. (2025). Bibliometric analysis technique in sports and economics studies: A new approach. *Spor ve Bilim Dergisi*, 3(1), 161–181.
- Barbu, M. C. R., Bogdan, G. B., Dumitru, R., & Popescu, M. C. (2020). The contribution of sport to economic and social development. *Studia UBB Educatio Artis Gymn.*, 65(1), 30–31. [https://10.24193/subbeag.65\(1\).03](https://10.24193/subbeag.65(1).03)
- Batyrbekov, N. (2024). Development of sports tourism on the territory of Kazakhstan for the development of a healthy lifestyle among the younger generation on the example of rock climbing. *Retos*, 2041, 311–318.
- Bilir, H. (2022). E-spor ekonomisinin gelişimi. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 16(3), 327–341.
- Boluda, I. K., López, N. V., Mora, E., & Casanoves-Boix, J. (2024). Social media impact on international sports events related to the brand Spain: A comparison between inner versus outside events. *European Journal of Management and Business Economics*, 34(2), 121–132. <https://doi.org/10.1108/ejmbe-06-2023-0171>
- Can, Z. G., & Değirmen, S. (2017). Spor organizasyonlarının ekonomik açıdan incelenmesi: Mersin ili örneği. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 5(4), 91–105.
- Capdevila, T. V., McLellan, B. A., Loosen, A., Forshner, A., Pigeon, K., Jacob, A. L., ... et al. (2024). Advancements in monitoring: A comparison of traditional and application-based tools for measuring outdoor recreation. *PeerJ*, 12, e17744. <https://doi.org/10.7717/peerj.17744>
- Casper, J. M., McCullough, B. P., & Pfahl, M. E. (2020). Examining environmental fan engagement initiatives through values and norms with intercollegiate sport fans. *Sport Management Review*, 23(2), 348–360. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2019.03.005>
- Cerrahoğlu, F. (2016). Spor ekonomisi bilim dalının gelişim analizi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 45–58.
- Chen, Z., Li, S., Wu, Q., Wu, Z., & Xin, S. (2022). The decision-making determinants of sport tourists: A meta-analysis. *Current Issues in Tourism*, 25(14), 1894–1914. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2077175>
- Coalter, F. (2010). The politics of sport-for-development: Limited focus programmes and broad gauge problems? *International Review for the Sociology of Sport*, 45(3), 295–314. <https://doi.org/10.1177/1012690210366791>
- Corvino, C., Moriconi, M., Costa, C. M., & D'Angelo, C. (2023). Sport as a tool for social inclusion, employment, and improved health. *Frontiers in Sports and Active Living*, 5, 1–3. <https://doi.org/10.3389/fspor.2023.1273858>
- Cunningham, G., McCullough, B. P., & Hohensee, S. (2020). Physical activity and climate change attitudes. *Climatic Change*, 159(1), 61–74.

- Dart, J. (2014). New media, professional sport and political economy. *Journal of Sport and Social Issues*, 38(6), 528–547. <https://doi.org/10.1177/019372351246>
- Deng, K. (2022). Sports town development strategy driven by the sports industry and multi-industry integration. *Mathematical Problems in Engineering*, 2484838. <https://doi.org/10.1155/2022/2484838>
- Devecioğlu, S. (2005). Türkiye’de spor sektörü stratejilerinin geliştirilmesi. *Verimlilik Dergisi*, 2, 120–121.
- Devecioğlu, S., Çoban, B., Karakaya, E. Y., & Karataş, Ö. (2012). Türkiye’de spor kulüplerinin şirketleşmeye yönelimlerinin değerlendirilmesi. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 10(2), 35–42. https://doi.org/10.1501/Sporm_0000000218
- Dingle, G., Dickson, G., & Stewart, B. (2023). *Major sport stadia, water resources and climate change: Impacts and adaptation*. *European Sport Management Quarterly*, 23(1), 59–81. <https://doi.org/10.1080/16184742.2022.2092169>
- Dixon, M. A., Cunningham, G. B., Sagas, M., Turner, B. A., & Kent, A. (2005). Challenge is key: An investigation of affective organizational commitment in undergraduate interns. *Journal of Education for Business*, 80(3), 172–180. <https://doi.org/10.3200/JOEB.80.3.172-180>
- Dowling, M., & Washington, M. (2019). The social construction of the long-term athlete development framework. *Journal of Global Sport Management*, 6(2), 143–169. <https://doi.org/10.1080/24704067.2018.1557017>
- Duan, Y., Liu, B., & He, Y. (2020). Study on relationships among sports spectator motivations, satisfaction and behavioral intention: Empirical evidence from Chinese marathon. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 21(3), 409–425. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-04-2018-0034>
- Dwyer, L., Jago, L., & Forsyth, P. (2017). *Economic evaluation of special events: Reconciling economic impact and cost-benefit analysis*. Routledge. <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1116404>
- Ekmekçi, A., Ekmekçi, R., & İrmiş, A. (2013). Küreselleşme ve spor endüstrisi. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 4(1), 91–117.
- Ekmekçi, Y. A. D., & İrmiş, A. (2015). Türk spor sektöründe kurumsallaşma: Futbol kulüpleri örneği. *International Conference on Eurasian Economies*
- Evans, J., & Davies, B. (2014). Physical education PLC: Neoliberalism, curriculum and governance. *New directions for PESP research. Sport, Education and Society*, 19(7), 869–884. <https://doi.org/10.1080/13573322.2013.850072>
- Geidne, S., Kokko, S., Lane, A., Ooms, L., Vuillemin, A., Seghers, J., ... et al. (2019). *Health promotion interventions in sports clubs: Can we talk about a setting-based approach?* *Health Education & Behavior*, 46(4), 592–601. <https://doi.org/10.1177/1090198119831749>
- Giampiccoli, A., Lee, S. S., & Nauright, J. (2015). Destination South Africa: Comparing global sports mega-events and recurring localised sports events in South Africa for tourism and economic development. *Current Issues in Tourism*, 18(3), 229–248. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.787050>
- Guironnet, J. P. (2023). Competitive intensity and industry performance of professional sports. *Economic Modelling*, 122, 106441. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2023.106441>

- Ha, J. P., Lee, K., & Ok, G. (2015). From development of sport to development through sport: A paradigm shift for sport development in South Korea. *The International Journal of the History of Sport*, 32(10), 1262–1278. <https://doi.org/10.1080/09523367.2015.1062756>
- Hallmann, K., Breuer, C., Ilgner, M., Giel, T., & Rossi, L. (2018). Determinants of elite athletes' extrinsic and intrinsic career success. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 8(4), 375–392. <https://doi.org/10.1108/SBM-11-2017-0072>
- Ji, J., Xie, Z., & Fu, Y. (2025). The path of corporate low-carbon behavioral change: The impact of digital transformation on corporate green sports brand loyalty. *Journal of Environmental Management*, 374, 124057. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2025.124057>
- Kasapoğlu, M. M., & Öçal, M. (2021). Türkiye’de spor yatırımlarının tabana yayılması politikasının sosyal adalet açısından önemi. *Journal of Management and Economics Research*, 19(3), 173–191. <https://doi.org/10.11611/yead.991462>
- Kasimati, E., & Dawson, P. (2009). Assessing the impact of the 2004 Olympic Games on the Greek economy: A small macroeconomic model. *Economic Modelling*, 26(1), 139–146. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2008.06.006>
- Kepoglu, A., Musa, M., & Divrik, G. (2021). Evaluation of the metaphoric perceptions of the faculty of sports sciences students regarding the concept of physical education. *Asian Journal of Education and Training*, 7(1), 60–69. <https://doi.org/10.20448/journal.522.2021.71.60.69>
- Kitching, G. (2015). The origins of football: History, ideology and the making of “The People’s Game”. *History Workshop Journal*, 79(1), 127–153.
- Li, S., Blake, A., & Cooper, C. (2011). Modelling the economic impact of international tourism on the Chinese economy: A CGE analysis of the Beijing 2008 Olympics. *Tourism Economics*, 17(2), 279–303.
- Light, R., & Dixon, M. A. (2007). Contemporary developments in sport pedagogy and their implications for sport management education. *Sport Management Review*, 10(2), 159–175.
- Lu, L., Yang, S., & Li, Q. (2024). The interaction of digital economy, artificial intelligence and sports industry development – based on China PVAR analysis of provincial panel data. *Heliyon*, 10(4), e25688. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25688>
- Manuel Luiz, J., & Fadal, R. (2011). An economic analysis of sports performance in Africa. *International Journal of Social Economics*, 38(10), 869–883. <https://doi.org/10.1108/03068291111170415>
- Özaydın, F. (2025). Mikroekonominin alt disiplini olarak spor ekonomisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(1), 11–25. <https://doi.org/10.30976/susead.1638505>
- Pedragosa, V., & Correia, A. (2009). Expectations, satisfaction and loyalty in health and fitness clubs. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 5(4), 450–464. <https://doi.org/10.1504/IJSMM.2009.023371>
- Ratten, V. (2017). Entrepreneurship, innovation and sport policy: Implications for future research. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 9(4), 1–14. <https://doi.org/10.1080/19406940.2017.1380683>
- Rowe, D., & Hutchins, B. (2020). Sport and digital media: A new relationship. *Routledge*.

- Seo, Y. (2013). Electronic sports: A new marketing landscape of the experience economy. *Journal of Marketing Management*, 29(13–14), 1542–1560. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2013.822906>
- Short, J. R. (2004). *Global metropolitan: Globalizing cities in a capitalist world*. Routledge.
- Sivrikaya, F., & Demir, B. (2019). Türkiye’de 2001 yılı ve sonrasında uygulanan spor ekonomisi politikalarına yönelik bir değerlendirme. *Vizyoner Dergisi*, 10(23), 45–62. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.451499>
- Song, W. (2010). Impacts of Olympics on exports and tourism. *Journal of Economic Development*, 35(4), 93–102.
- Thongrawd, C., Bootpo, W., Thipha, S., & Jermstittiparsert, K. (2019). Exploring the nexus of green information technology capital, environmental corporate social responsibility, environmental performance and the business competitiveness of Thai sports industry firms. *Journal of Human Sport and Exercise*, 14, 2127–2141. <https://doi.org/10.14198/jhse.2019.14.Proc5.33>
- Tribe, J. (2011). *The economics of recreation, leisure and tourism*. Elsevier.
- Yerdelen-Tatoğlu, F., & Gül, H. (2025). Olimpiyata katılımının belirleyicileri: Ekonomik, demografik ve kurumsal dinamiklerin analizi. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 25(1), 60–69. <https://doi.org/10.25294/auibfd.1698998>
- Zhou, L., Ke, Z., & Waqas, M. (2023). Beyond the arena: How sports economics is advancing China’s sustainable development goals. *Heliyon*, 9(7), e18074. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18074>

ETHICAL DECLARATIONS

Research and Publication Ethics

The author(s) declare that this manuscript is an original work prepared in accordance with the principles of scientific research and publication ethics. The manuscript has not been previously published and is not currently under consideration for publication elsewhere.

All sources used in the preparation of this study have been properly cited and referenced. The author(s) confirm that the work contains no plagiarism, fabrication, falsification, or manipulation of data. The research findings are presented honestly and transparently in accordance with the principles of academic integrity.

Author Contributions

All authors have significantly contributed to the conception, design, analysis, and preparation of the manuscript. All authors have read and approved the final version of the manuscript and agree to its submission and publication.

Conflict of Interest

The author(s) declare that there is no conflict of interest regarding the publication of this manuscript.

Funding

This research did not receive any specific grant, financial support, or funding from any public, commercial, or non-profit funding agencies.

Artificial Intelligence (AI) Usage Disclosure

During the preparation of this manuscript, artificial intelligence tools may have been used solely for limited purposes such as language editing, translation assistance, and stylistic improvement. Any AI-assisted translations or language corrections were carefully reviewed and verified by the author(s). Artificial intelligence tools were not used to generate the core scientific content, research design, analysis, or scholarly conclusions. All academic responsibility for the content of the manuscript rests entirely with the author(s).

Copyright and Permissions

The author(s) confirm that all necessary permissions for copyrighted materials have been obtained where required and that the manuscript does not violate any intellectual property rights.

Author Approval

All authors confirm that they have read and approved the final version of the manuscript and consent to its submission and publication.

ETİK BEYANLAR

Araştırma ve Yayın Etiği

Yazar(lar), bu makalenin özgün bir çalışma olduğunu ve bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hazırlandığını beyan eder. Makale daha önce herhangi bir yerde yayımlanmamış olup başka bir dergide değerlendirme sürecinde değildir.

Çalışmada kullanılan tüm kaynaklar akademik kurallara uygun biçimde atıflanmıştır. Yazar(lar), çalışmanın intihal, veri uydurma, veri tahrifi veya manipülasyon içermediğini; araştırma bulgularının bilimsel dürüstlük ilkelerine uygun şekilde sunulduğunu beyan eder.

Yazar Katkısı

Tüm yazarlar çalışmanın tasarlanması, yürütülmesi, analizi ve makalenin hazırlanmasına önemli ölçüde katkı sağlamıştır. Tüm yazarlar makalenin son hâlini okuyup onaylamış ve yayımlanmasını kabul etmiştir.

Çıkar Çatışması

Yazar(lar), bu makalenin yayımlanmasına ilişkin herhangi bir çıkar çatışması bulunmadığını beyan eder.

Finansal Destek

Bu araştırma herhangi bir kamu kurumu, ticari kuruluş veya kâr amacı gütmeyen kuruluş tarafından finansal olarak desteklenmemiştir.

Yapay Zekâ Kullanım Beyanı

Makalenin hazırlanması sürecinde yapay zekâ araçlarından yalnızca dil düzenleme, çeviri desteği ve anlatım iyileştirmesi amacıyla sınırlı ölçüde yararlanılmış olabilir. Yapay zekâ araçları tarafından yapılan çeviri ve dil düzenlemeleri yazar(lar) tarafından dikkatle kontrol edilmiştir. Yapay zekâ araçları çalışmanın bilimsel içeriğinin, araştırma tasarımının, analizlerinin veya akademik sonuçlarının oluşturulmasında kullanılmamıştır. Makalenin içeriğine ilişkin tüm akademik sorumluluk yazar(lar)a aittir.

Telif Hakları ve İzinler

Yazar(lar), telif hakkı gerektiren materyaller kullanılmışsa gerekli izinlerin alındığını ve çalışmanın herhangi bir fikrî mülkiyet hakkını ihlal etmediğini beyan eder.

Yazar Onayı

Tüm yazarlar makalenin son hâlini okuduklarını, onayladıklarını ve yayımlanmasını kabul ettiklerini beyan eder.

Contribution Statement / Yazarların Katkı Oranı Beyanı

The researchers' contribution statement is as follows / Araştırmacıların katkı oranı beyanı şu şekildedir:

First author / 1. Yazar %25,

Second author / 2. Yazar %25,

Third author / 3. Yazar %25,

Fourth author / 4. Yazar %25.