

Geliş Tarihi:18.02.2019
Kabul Tarihi:10.03.2019
SPORMETRE, 2019,17(1),20-30
DOI: 10.33689/spormetre.528653

MARATON ve KELEBEK ETKİSİ

Serap AKTAŞ¹, Velittin BALCI²

¹T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı, Spor Hizmetleri Genel Müdürlüğü,

²Ankara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü, Ankara, Türkiye

Öz: Maraton 42km 195m’lik bir mesafeyi içeren bir yol koşusudur. Aynı anda binlerce kişinin aktif olarak katılabildiği tek organizasyondur ve halen küresel düzeyde ilgi gören en büyük spor etkinliklerindedir. Maraton koşusu fiziksel ve ruhsal dayanıklılık ile büyük bir çaba gerektirir. Yüzyılı aşkın bir süredir düzenlenen maraton organizasyonlarının sayısı arttıkça katılımcı sayısı da artmıştır. Özellikle son yıllarda artan küresel popülaritesi ve başarısı nedeniyle maraton organizasyonları ekonomiyi önemli ölçüde etkileyen spor turizmi etkinliğine ve spor pazarlamasına dönüşmüştür. Bu anlamda değerlendirildiğinde Maraton koşularının yaratacağı etkiyi bir kelebek etkisi olarak metaforlaştırmak bu yazının odak noktasıdır. Maraton etkinliklerinin turizm ve ekonomik etkisinin yanı sıra toplum üzerinde sosyal etkisi de bulunmaktadır. Farklı ülkelerden, kültürlerden ve şehirlerden insanların maraton organizasyonlarına katılması etkinliğin yapıldığı şehirde yaşayan insanların hayat tarzı ve tutumlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Bu nedenle, maraton koşusunun tarihsel süreç içerisinde kitle sporuna dönüşmesiyle ortaya çıkan ekonomik, turizm ve sosyal etkilerinin literatür taramasına dayalı olarak incelenmesi amaçlanmıştır. İlk modern olimpiyat oyunlarında yer alan ve günümüze kadar 123 yıldır devam eden maratonun etkisi her geçen gün sürekli artmaktadır. Maratondaki kelebek etkisi Küresel Büyüklük, Katılım (Kadın, Erkek, Engelli ve Farklı Yaş Grupları), Ekonomik, Turizm ve Sosyal Etkisi olarak sınıflandırılabilir. Küresel büyüklük olarak bir kelebeğin kanat çırpması gibi Pheidippides efsanesiyle başlayan, gittikçe popülerleşen ve her yaştan insanın ilgi odağı haline gelen maraton günümüzde kitle sporuna dönüşmüştür.

Anahtar Kelimeler: Maraton, Kelebek etkisi

MARATHON and BUTTERFLY EFFECT

Abstract: Marathon is a road running event with a distance of 42km 195m. It is the only organization in which thousands of people, all running simultaneously, can actively participate, and currently it is one of the greatest sporting events which receives global attention. Marathon running requires not only great effort but also physical and mental endurance. With the increase in the number of marathon organizations which have been held for more than hundred years, the number of participants has also gone up. Especially recently, thanks to its increased global popularity and success, marathon organizations have turned into a sports tourism event and sports marketing which significantly affect the economy. From this standpoint, considering the effects of marathon running as butterfly effects metaphorically is the focus of this article. Apart from their effects on tourism and economy, marathon events have also social impacts on society. Participation of people from different countries, cultures and cities in marathon organisation highly affects the life styles and attitudes of the people living in the city where a marathon is held. That is why in this article, the economic, touristic and social effects of marathon running which occurred with its transformation into mass sport throughout the history are aimed to be examined through extensive literature review. Marathon running which was present in the first Olympics and has been part of the Olympics for 123 years has an effect increasing continuously day by day. The butterfly effect in marathon running can be classified as global scale, participation (female, male, disabled and different age groups) economic, touristic and social impact. As the global effect of a butterfly flapping its wings, marathon, which started with the myth of Pheidippides, and which is becoming popular and center of interest among all age groups, has turned into mass sport.

Keywords: Marathon, Butterfly effect

GİRİŞ

Maraton, halen küresel düzeyde ilgi gören en büyük spor etkinliklerinden birisi olarak düzenlenen ve 42km 195m'lik bir mesafeyi içeren bir yol koşusudur Maraton koşusu fiziksel ve ruhsal dayanıklılık ile büyük bir çaba gerektirir. Olimpik branşlar arasında yer alan maraton Olimpiyat Oyunları, Dünya Şampiyonası, Avrupa Şampiyonasında ve özel maraton organizasyonlarında koşulmaktadır. Maratonun Olimpiyat Oyunları için tarihsel bir önemi bulunmaktadır. Bu tarihsel öneme atfen Olimpiyat Oyunlarının kapanışı erkekler maraton yarışı ve ödül töreni ile yapılmaktadır. Eski olimpiyatlarda (776 MÖ - 261MS) yer almayan maraton, 1896'da modern olimpiyatlar başladığından günden itibaren Olimpiyat yarışmaları arasına dahil edilmiştir. Modern Olimpik maratonun hikayesi Pheidippides'in Maraton kasabasından Atina'ya koşmasına dayanmaktadır (Lovett, 1997). Oldukça farklı yorumları bulunmasına rağmen, efsaneye göre MÖ 490'da Pheidippides profesyonel bir haberciydi ve Yunan askerlerinin bulunduğu Maraton ovalarından General Datis'in Perslerin istilasına karşı çok kritik bir savaşı kazandığı mesajını iletmesi gerekmekteydi. İçinde yer almış olduğu savaştan sonra haberleri iletme için Atina'ya gönderildiği ve "Sevinçle, galip geldik" mesajını iletikten hemen sonra hayatını kaybettiği söylenmektedir. Baron Pierre de Coubertin, modern çağ için Olimpiyat Oyunlarını yeniden canlandırmaya teşebbüs ederek modern olimpiyat kampanyasını 1892 yılında başlatmıştır. İki yıl sonra kendisinin önderliğinde 1894 yılında Paris Sorbonne'daki kongrede Uluslararası Olimpiyat Komitesi kurulmuştur. Kongrede delegeler, 1896'da ilk modern Olimpiyatların Atina'da ve daha sonra da dört yıl aralıklarla yapılmasını kabul ettiler. Kongre sırasında izleyicilerden biri dil bilimci ve tarihçi olan Michel Breal, Pheidippides'in anısını yaşatmak amacıyla ilk olimpiyat oyunlarında maraton yarışmasının da dahil edilmesini önermiş ve Breal bu yarışı kim kazanırsa kazansın gümüş kupa verme teklifinde bulunmuştur. Coubertin ve Breal'in çabaları sonucunda anlaşmaya varılarak modern olimpiyatlar oyunlarında maraton branşına yer verilmiş oldu (Lovett, 1997).

Modern olimpiyatlardan sonra maratona ilk olarak Avrupa ile Amerika'da ve daha sonra Asya, Afrika, Avustralya ve Antartika kıtalarında ilgi gösterilmiştir. Yüzyılı aşkın bir süredir düzenlenen maraton organizasyonlarının sayısı artmasıyla katılımcı sayısının da artması paralellik göstermiştir. Özellikle son yıllarda artan küresel popüleritesi ve başarısı nedeniyle maraton organizasyonları her şeyden önce lokal ekonomiyi önemli ölçüde etkileyen spor turizmi ve spor pazarlamasına etkinliğine dönüşmüştür. Maraton koşusu düzenlenmesinin turizm ve ekonomik etkisinin yanı sıra sosyal etkisi de bulunmaktadır.

Farklı ülkelerden, kültürlerden ve şehirlerden insanların maraton organizasyonlarına katılması etkinliğin yapıldığı şehirde yaşayan insanların hayat tarzı ve tutumlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Bu nedenle makalede, maraton koşusunun tarihsel süreç içerisinde kitle sporuna dönüşmesiyle ortaya çıkan ekonomik, turizm ve sosyal etkilerinin literatür taramasına dayalı olarak incelenmesi amaçlanmıştır.

MARATON VE KELEBEK ETKİSİ

Pheidippides'in anısını yaşatmak amacıyla ilk modern olimpiyat oyunlarında maratona yer verilmesi dünyada bir maraton akımının başlamasına neden olmuştur. Bunu diğer bir şekilde kelebek etkisi olarak yorumlayabiliriz.

Kelebek etkisi (Butterfly Effect) olarak bilinen kavramsal olgu şöyle açıklanmaktadır; *"Bir sistemin başlangıç verilerindeki küçük değişikliklerin önceden tahmin edilmeyen büyük sonuçlara yol açmasıdır. Başka bir ifadeyle başlangıç koşullarındaki çok küçük bir değişikliğin zamanla etkisinin artarak önemli ölçüde farklı sonuçlar yaratmasıdır. Edward N. Lorenz'in kaos teorisiyle ilgili çalışmaları arasında yer alan kelebek etkisini Lorenz şu şekilde açıklamıştır; Amazon'da bir kelebeğin kanat çırpması, Teksas'ta bir kasırganın oluşmasına neden olabilir"* (Lorenz, 1995).

Bir kelebeğin kanat çırpması gibi Pheidippides efsanesiyle başlayan maraton etkisi 123 yıldır yüzlerce, binlerce ve daha sonra milyonlarca insanı etkilemiştir ve her geçen gün tesiri sürekli artmaktadır. Bizim deyimimizle Maratondaki kelebek etkisini Küresel Büyüklük, Katılım (Kadın, Erkek, Engelli ve Farklı Yaş Grupları), Ekonomik, Turizm ve Sosyal Etkisi olarak sınıflandırabiliriz.

Küresel Büyüklük Olarak

Atina 1896 Olimpiyat oyunlarında Pheidippides'in anısını yaşatmak amacıyla başlatılan maraton akımının başlangıcında maratona 17 erkek yarışmacı katılmış ancak 9'u tamamlayabilmiştir ve bu organizasyondaki bütün katılımcılar (sporcular, antrenörler, yöneticiler) olimpiizmin ruhuyla yarışmada yer almışlardır. Küresel büyüklük açısından bazı önemli maratonları örnekleyebiliriz; Boston Atletizm Kuruluşunun üyesi ve Amerika olimpiik takımının menajeri olan John Graham 1896 Atina Olimpiyat Oyunlarında Olimpiyat maratonunun ruhunu ve görkemini yaşadıkdan sonra 19 Nisan 1897'de 15 yarışmacının katılımıyla ilk Boston maratonunu gerçekleştirdi. Daha sonra, spor tutkunu, organizatör ve gazeteci olarak 1924 Olimpiyat Oyunlarını izlemek üzere Paris'e giden Vojtech Braun Bukovsky, coşkulu bir şekilde ülkesine döndükten sonra Paris'te kendisini en çok etkileyen disiplinlerden olan maratonu Kosice'de organize etmeye karar verdi ve birkaç hafta sonra 28 Ekim 1924 yılında Çekoslovakya'nın kuruluşunun altıncı yıl dönümünde 8 yarışmacının katılımıyla Avrupa'nın en eski maratonu olan "Kosice Maratonu" organizasyonu gerçekleştirildi (<https://www.kosicemarathon.com>). İkinci Dünya savaşından sonra 1947 yılında Japonya'da Fukuoka maratonunun öncüsü olan Asahi maratonu, 1948 yılında Hollanda'da Twente maratonları başlatıldı ve 1955 yılında orijinal rotasına uygun olarak (2195m eklenerek) Klasik Atina Maratonu yeniden canlandırıldı. İlerleyen zamanlarda 1970 yılında New York, 1974 yılında Berlin, 1977 yılında Şikago, 1979 yılında Avrasya Maratonu (İstanbul Maratonu) ve 1981 yılında ise Londra Maratonu organizasyonları düzenlenmiştir (<http://aims-worldrunning.org>). Günümüzde ise maraton organizasyonları farklı ülkelerde farklı şehirlerde yapılmaya devam ederek sayıları her geçen gün artmaktadır. Maratonların sayıları 1960'lı yıllardan sonra artmaya başlarken, popüleritesi ise 1980'li yıllardan itibaren gelişmeye başladı. Küresel olarak maraton patlaması 1970'li yılların ortalarında Kuzey Amerika'da ve bunu takiben yaklaşık beş yıl sonra Avrupa'da görülmeye başladı. Asya ve diğer kıtalarda ise etkisini 2000'li yıllarda göstermiştir (Scherder ve ark., 2015).

Maraton bazı ülkelerde önemli bir etki yaratmak için rejimin ideolojisini yansıtmak amacıyla yumuşak bir güç olarak kullanılmıştır. Örneğin; Kuzey Kore'de 31 yıldır düzenlenen Pyongyang maratonuna, gelir elde etmek ve turizmi artırmak amacıyla 2014 yılında ilk defa yabancıların katılmasına izin verildi ve maratonda 27 ülkeden 200 den fazla koşucu yer aldı. Katılımcılar Pyongyang caddelerinde bayrak, herhangi bir marka ve kamera olmadan vatanseverlik müziği eşliğinde koşular (<http://www.theguardian.com>).

Çin Atletizm Birliğinin raporuna göre (CAA); 2011 yılında CAA'nın ortak sponsorluğu ile 22 maraton yarışı yapılırken, 2016 yılında 328 ve 2017 yılında ise 1,102 (bir yılda %335 artış) yarış yapılmıştır. Bu artış 2011 yılındaki yapılan maraton yarışmalarının 50 katıdır ve bu maraton organizasyonlarında 5 milyondan fazla katılımcı yarışmıştır (<http://www.aimsworldcongress2018>). Örneğin Scherder ve arkadaşlarının (2015), istatistiksel olarak yaptığı bir çalışmada 1998 ve 2013 yılları arasında maraton tamamlayanların sayısı kadar maraton etkinliklerinin sayısının çok büyük ölçüde arttığı, 2013 yılında 3900 maraton etkinliğinin organize edildiği ve 1.6 milyon kişinin maratonu başarılı bir şekilde tamamladığı belirtilmiştir. Örneklerde belirtildiği gibi günümüzde maratonun küresel etkisi organizasyon açısından farklı boyutlara ulaşmıştır.

Maratonun sözü edilen bu küresel etki alanı terör tasarlayan odakların da dikkatini çekmiştir. Terörizm 15 Nisan 2013 yılında Amerika'nın en eski ve en popüler maratonu olan Boston maratonunu hedef almıştır. Teröristler Boston maratonunu koşmak, izlemek, ailelerine, arkadaşlarına ve diğer koşuculara destek vermek ve vatanseverlik gününe katılmak için Amerika'dan ya da diğer ülkelerden birçok kişinin Boston'a geldiğini ve televizyon kanallarından maratonun canlı olarak yayınlandığını hesaba katarak Dünyanın ilgisini çekmek istemişlerdir. Bu amaçla, Boston maratonunun bitiş çizgisinin yakınlarında 13 saniye aralıklarla iki el yapımı bomba patlatmışlar, 3 kişinin ölmesine ve 200'den fazla kişinin yaralanmasına neden olarak dünyanın dikkatlerini üzerlerine çekmişlerdir (Bodden, 2014).

Katılım Etkisi

Zamanla maraton organizasyonlarından ve maraton koşanlardan etkilenen insanlar maraton ruhunu, deneyimini, fiziksel ve ruhsal dayanıklılığını yaşamak ya da başarılı olmak amacıyla maraton organizasyonlarına katılmışlardır. Katılım etkisini Erkek, Kadın, Engelli ve Farklı Yaş Grupları olarak sınıflandırabiliriz.

Erkek Katılımcılar

Erkek katılımcılar içerisinde dikkati çeken Frank Shorter, Abebe Bikila ve Emil Zatopek adlı ünlü yarışmacılar hem kendi ülkelerinde hem de Dünya’da maraton aracılığıyla farklı etkiler oluşturmuştur. Bu etkileri şu şekilde açıklayabiliriz;

Frank Shorter: Dünyanın en önemli maratoncularından birisidir. Münih 1972 Olimpiyat Oyunlarında altın madalya ve Montreal 1976 Olimpiyat Oyunlarında gümüş madalya kazanmıştır. Frank Shorter’ın 1972 Olimpiyatını kazanması, Amerika da tüm dikkatleri maraton koşusuna çekti ve Shorter’ın etkisiyle özellikle 1975 yılında New York Maratonuna katılım sayısı 500’e, Boston Maratonuna katılım sayısı ise 1800’e yükselmişti (<http://aims-worldrunning.org>).

Abebe Bikila: Abebe Bikila Olimpiyat madalyası kazanan ilk Afrikalı atlet oldu. Takım arkadaşının sakatlığı nedeniyle son dakikada Roma 1960 Olimpiyat Oyunları takımına eklendi. Bikila, kendisine verilen yarış ayakkabısı rahat olmadığından Roma’da maratonu çıplak ayakla koştu ve dünya rekoru kırarak altın madalya kazandı en önemlisi de, tüm dünyaya Etiyopyayı tanıttı (Robinson, R. 2018). TOKYO 1964 Olimpiyat Oyunlarında da altın madalya kazanan Bikila, sadece Etiyopyalı atletlerin değil, aynı zamanda diğer Afrikalı atletlerin mesafe ve maraton koşularında Dünya sahnesinde yer almalarının önünü açmıştır. Abebe Bikila’nın etkisiyle özellikle 1990’lı yılların sonu ve 2000’li başından itibaren Etiyopyalı ve Kenyalı atletler maraton koşularında Dünyada baskın hale gelmiştir.

Emil Zatopek: Çek lokomotifleri olarak da adlandırılan Emil Zatopek, “Londra 1948” Olimpiyat Oyunlarında 5000m ve 10000m ‘de altın madalya, “Helsinki 1952” Olimpiyat Oyunlarında 5000m, 10000m ve son dakikada antrenman hazırlığı olmadan girdiği maraton yarışında altın madalya kazanmıştır (Robinson, R. 2018). Emil Zatopek, tarihe mal olmuş bir sözü ile insanları etkilemiş ve maraton koşmaya teşvik etmiştir *“If you want to win something, run the 100 metres. If you want to experience something, run the marathon”* (Eğer bir şey kazanmak istiyorsan 100m koş, Eğer bir şey yaşamak istiyorsan maraton koş) (Higdon ve Burfoot, 2011).

Kadın Katılımcılar

İnsanlar 50 yıl önce herkesin önünde koşmaya utanmaktaydılar. Özellikle ileri yaşlılar ve kadınlar için koşuya katılmak ahlaksızlık olarak değerlendiriliyordu ve 1960’larda kadınların atletik yeterliliği hakkında yaygın olan önyargı ve yanlış anlama baskındı. Kadınların psikolojik olarak uzun mesafenin üstesinden gelemeyeceği, hatta uzun mesafe koşusu kadınların vücudu için sağlıksız ve zararlı olduğuna çok inanılıyordu(Scherder ve ark., 2015). Amatör Atletizm Birliği 1971 yılının sonbaharında kadınların maraton yarışmalarına resmi olarak izin verdi ve 1982 yılında Avrupa Şampiyonasına, 1983 Dünya Şampiyonasına ve 1984 Los Angeles Olimpiyat Oyunlarına kadınlar maraton kategorisi de dahil edildi. Uluslararası Atletizm Federasyonu tarafından kadınların maraton yarışmalarına katılmasına izin verilmediği bir dönemde kadın katılımcılar kendileri hakkında düşünülen olumsuz yargıların üstesinden gelmek ve kendilerini kanıtlamak amacıyla gizlice maraton koşmaya teşebbüs etmiş ve başarılı olmuşlardır. Kadın katılımcıların yaratmış olduğu etki zamanla diğer kadınların maratona ilgi duymasına neden olmuştur. Dünya da büyük etki yaratan kadın katılımcılar aşağıda tanıtılmıştır;

Roberta Gibb: Roberta Gibb, 1966 yılında Boston maratonunun tamamını koşan ilk kadın maratoncudur. Gibb, 1966-1968 yılları arasında resmi olarak göğüs numarası olmadan yarışmayı bitiren ilk kadın atletti ve yarışma başlamadan önce başlangıça yakın çalılıklarda saklanarak yarışmaya katılabildiği (Burfoot, 2016).

Kathrine Switzer: Kathrine Switzer, 1967 Boston Maratonu'na kimliğini açıkça belirtmeden K.V. Switzer adıyla kayıt yaptırmış ve göğüs numarası almıştı ancak yetkililerden kimse onun kadın olduğunu düşünmemişti. Organizasyon ekibinden Jock Semple, Switzer'ı koşarken gördüğünde çılgına döndü ve peşinden koşarak onu yarış dışına atmaya çalıştı ancak başarısız oldu. Switzer her şeye rağmen maratonu tamamladı (Burfoot, 2016). Bu olay sadece Switzer'ın hayatını değil milyonlarca kadının hayatını değiştirdi ve milyonlarca kadına ilham kaynağı oldu. Switzer'in koştuğu zaman Amatör Atletizm Birliği kadınların uzun mesafe koşmalarını resmi olarak henüz kabul etmemişti.

Nina Kuscsik: Kadınların maraton koşmasına 1971 yılında izin verildikten sonra 1972 yılında resmi olarak Boston maratonunun ilk kadın şampiyonu oldu. Kuscsik 1972 ve 1973 yılında New York maratonunu kazandı ve üç saatin (2:56:04) altında koşan ikinci Amerikalı kadın atlet olmuştur (Burfoot, 2016).

Grete Waitz: Waitz, 1978 yılında New York Maratonunda 2:32:30 koşarak Dünya rekoru kıran ve 2:30:00'nin altında koşan ilk kadın atlet olmuştur. Waitz, 1978-1988 yılları arasında 9 kez New York Maratonunu ve 1983-1986 yılları arasında Londra Maratonunu kazandı. Kadınların maraton'da ilk kez yer aldığı 1984 Los Angeles Olimpiyat Oyunlarında gümüş ve 1983 Helsinki Atletizm Dünya Şampiyonasında altın madalya kazanmıştır (Tjelta ve ark., 2014).

Ingrid Kristiansen: Kadınların maraton'da ilk kez yer aldığı 1984 Los Angeles Olimpiyat Oyunlarında dördüncülük elde eden Kristiansen, Londra Maratonunu dört kez kazanmıştır. Kristiansen, 1984 yılında Londra maratonu'nda 2:21:06 ile Dünya rekorunu kırmıştır (Sears, 2015).

Joan Benoit: Kadınlar maratonunun dahil edildiği 1984 Los Angeles Olimpiyat Oyunlarında, kadınlar maratonunun ilk Olimpiyat Şampiyonu olan Benoit, 1981 ve 1983 yıllarında iki kez Boston Maratonunu ve 1985 yılında Şikago maratonunu kazanmıştır (Nelson, 2013).

Rosa Mota: İlk defa 1982 yılında Avrupa Şampiyonasına dahil edilen kadınlar maratonunu kazanan Mota, kadınların maraton'da ilk kez yer aldığı 1984 Los Angeles Olimpiyat Oyunlarında üçüncülük ve 1988 Seul Olimpiyat Oyunlarında birincilik elde etmiştir. Mota, Portekiz'in Olimpiyat Oyunlarında ve Avrupa Şampiyonasında altın madalya kazanan ilk kadın atletidir ve özellikle aynı anda birden fazla Olimpiyat maratonunda madalya kazanmasının yanı sıra, dünya genelinde Avrupa, Dünya ve Olimpiyat şampiyonluğu elde eden tek kadın atlettir. Birçok kadın atlete ilham kaynağı olan Mota, Boston maratonunu üç kez ve Şikago maratonunu bir kez kazanmıştır (Burfoot, 2016).

Fatuma Roba: Roba, 1996 Atlanta Olimpiyat Oyunlarında maratonda altın madalya kazanan ilk Afrikalı kadın atlet olmuştur. Roba'nın koştuğu dönemde Etiyopya'da uzun mesafede kendisine rol model olacak kadın atlet bulunmamaktaydı ve bu nedenle kendisine Abebe Bikila'yı örnek aldı. Roba'nın 1996'daki Olimpiyat Şampiyonluğu, 1997, 1998 ve 1999 yıllarında Boston maratonunu kazanması ile Afrikalı kadın atletlere özellikle de Etiyopyalı atletlere öncülük etmiştir (Martin ve Gynn, 2000).

Engelli Katılımcılar

Dick Traum ve Terry Fox adlı atletler, özellikle engelli katılımcıların Maratona ilgi göstermeleri üzerinde önemli bir etkisi olmuştur ve bu etkiyi şu şekilde geliştirmiştir;

Dick Traum: Kolej yıllarında güreş sporunu yapan Dick Traum, bir trafik kazası nedeniyle sağ bacağını kaybettikten sonra, protez bacakla yürümeyi ve koşmayı öğrenmiştir. Traum, 1976 yılında New York Maratonunu başarıyla tamamlayan ilk ampute olmuştur. New York maratonu ile güçlü bir başarı ve deneyim kazanan Traum'un hayatı değişti ve birçok engelli insana ilham kaynağı oldu. Traum, engelli insanlara aynı fırsatı sağlamak amacıyla 1983 yılında Achilles Track Club adlı bir kulüp kurdu ve bu oluşumunu uluslararası platforma taşıdı (<https://www.achillesinternational.org>).

Terry Fox: Terry Fox'a 1977 yılın'da kemik kanseri teşhisi kondu ve sağ bacağına kaybetti. Fox, New York Maratonunu ilk ampute olarak koşan Dick Traum'un Runners World'deki makalesinden esinlenerek, kanser araştırmalarına hem kaynak yaratmak hem de farkındalığı artırmak için Kanada genelinde koşmaya karar verdi. Protez bacağıyla 12 Nisan 1980 yılında koşmaya başlayan Terry, günde ortalama 42 km koştuğu maratona 143 gün ve 5 bin 373 km sonra 1 Eylül'de ara vermek zorunda kaldı ve 28 Haziran 1981'de 22 yaşındayken hayata veda etti. Fox, umut maratonu sırasında 23.5 milyon Kanada doları topladı (<https://www.terryfox.org>). Terry Fox olağanüstü bu çabasıyla, günümüzde maraton organizasyonlarında çok popüler olan kaynak yaratma ya da yardım toplama kampanyalarının öncüsü olmuştur.

Farklı Yaş Gruplarından Katılımcılar

Maraton sadece elit atletlerin katıldığı bir yarışma değil, aynı zamanda farklı yaş gruplarının da ilgi gösterdiği ve katıldığı bir etkinliktir. Katılımcıların büyük çoğunluğu 18 yaş ve üzeri geniş bir yaş aralığını kapsar. Örneğin; Harriette Thompson 2015 yılında 92 yaşında iken San Diego Rock 'N' Roll maratonunu koşmuştur. Maraton organizasyonlarında yaş gruplarının katılımına göre yaş kategorileri sınıflandırılmaktadır. Dünya'nın en büyük maraton organizasyonları olan Berlin, Boston, Şikago ve New York maratonlarına 1990-2014 yılları arasında cinsiyete göre katılım sayısında bir değişiklik olmamasına rağmen, farklı yaş gruplarında katılımın arttığı görülmüştür (Ahmadyar ve ark., 2016). Berlin maratonuna 2017 yılında 137 ülkeden 18-34, 35-39, 40-44, 45-49, 50-54, 55-59, 60-64, 65-69, 70-75 yaş kategorileri arasından toplam 43.852 maraton koşucusu katılmıştır. İstatistik veriler sadece yaş kategorilerini göstermektedir ve bu yaş kategorilerinden 18-34 yaş aralığında kadınların oranı (%30), erkeklerin oranından (%20) daha yüksek olduğu görülmüştür (Smyth, 2017).

Maratonun Ekonomik, Turizm ve Sosyal Etkisi

Maratonun ekonomik, turizm ve sosyal etkisi artık olgusal olarak irdelenmesinin yanı sıra, sayısal veri, pozitif ve negatif sosyal etkiler olarak da araştırmalarla açıklanabilmektedir.

Ekonomik Etkisi

Maraton etkinliklerinin ve katılımcılarının ülke ya da şehir ekonomisi üzerinde büyük bir etkisi bulunmaktadır. Howard ve Crompton' göre ekonomik etki, bir olayın toplumu finansal olarak nasıl etkilediğinin parasal ölçüsüdür ve bu yerel ekonomiye dış kaynaklardan sağlanan yeni paraya bakılarak ölçülür (Banks, 2014). Etki alanları olarak doğrudan iş yaratma, toplumda harcama ve dolaylı iş büyümesi sayılabilir (Banks, 2014). Son yıllarda artan küresel popüleritesi ve başarısı nedeniyle maraton organizasyonları bir spor pazarlamasına alanına dönüşmüştür. Bu nedenle pazarlama teknolojisi uygulamalarının fiziksel kültür ve spor alanındaki deneyimlerini paylaşmak ve spor organizasyonlarının toplu spor etkinliklerini planlama ve düzenleme sırasındaki ticari faaliyetleri geliştirmek için maraton koşuları önemli bir fırsat yaratmaktadır (Yarmolyuk ve Zolotaryova, 2015). Dünya da maraton organizasyon sayısı ve buna bağlı olarak da katılımcı ve seyirci sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Maratonun büyüklüğüne çeşitliliğine ve çekiciliğine göre değişen bu artış, zamanla ekonomiyi önemli ölçüde etkileyen pazarlama, yarış organizatörleri ve sponsorların oluşmasını sağladı (Scherder ve ark., 2015). Maraton etkinliği, potansiyel tüketici gruplarını içeren pazarlama perspektifleriyle bir iş alanına dönüştü. Özellikle bazı spor markalarının (Nike, Adidas, Asics, Saucony ve Brooks gibi) ilgi odağı haline gelen maraton koşuları, bu markaların maratona özel tayt, forma, şort, antrenman ve yarış ayakkabısı üretmesine ve bu ürünlerden büyük kazanç sağlamasına neden olmuştur.

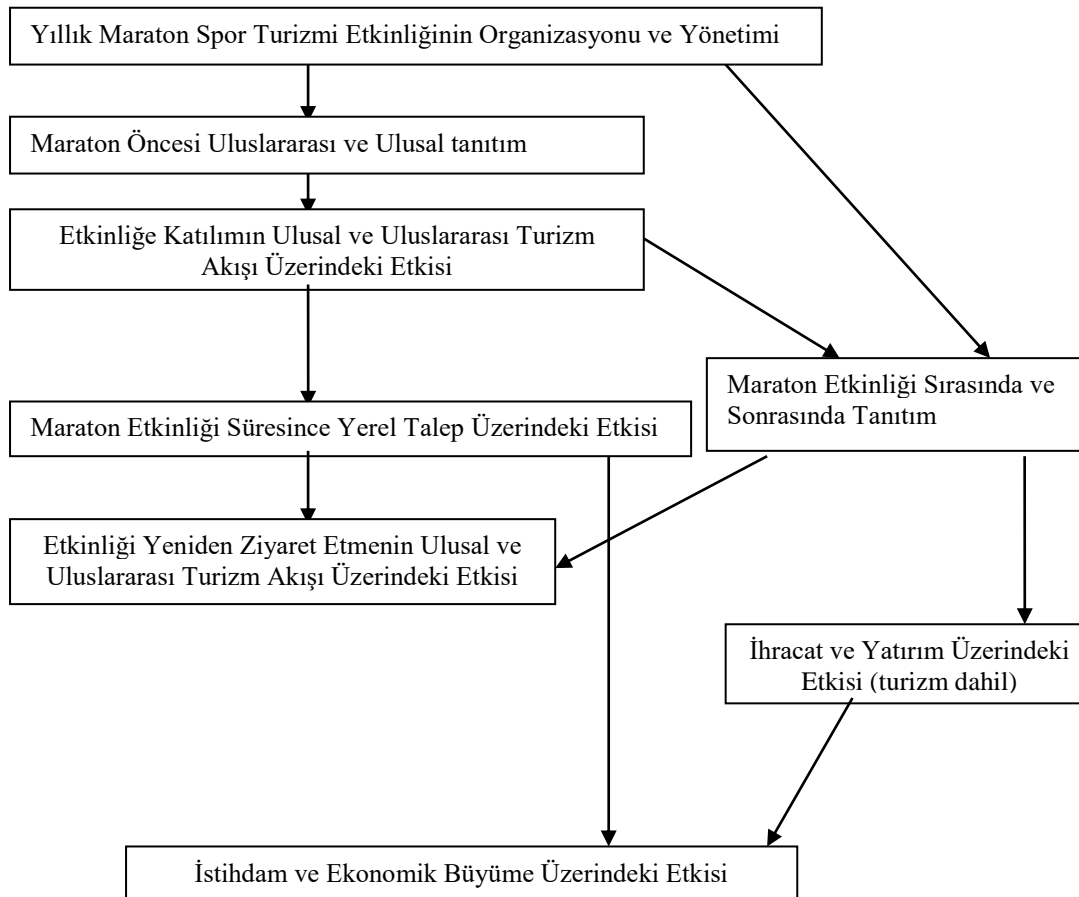
Maraton severler, büyük organizasyonlara katılmak, farklı ülkelerde koşmak, en iyi parkurlarda en iyi derecelerini koşmak, bağış toplamak, maraton yarışmalarını izlemek gibi farklı nedenlerle kendi ülkelerindeki ya da farklı ülkelerdeki maraton organizasyonlarını tercih etmektedir. Katılımcı ve seyirci sayısının yüksek olması, örneğin binlerce katılımcının ve milyonlarca seyircinin farklı ülkeler ya da şehirlerden organizasyonun yapılacağı şehre ulaşımı, konaklaması, herhangi bir etkinliğe katılması, farklı nedenlerle harcama yapması o şehre ve ülkeye ekonomik açıdan büyük bir katkı sağlamaktadır. Vos ve Scheerder (2009), maratonun çok büyük koşucu gruplarına dayalı ekonomik boyutunu ve koşu pazarlamasını Ferdi Koşucular %41, Sosyal Rekabeti Seven Koşucular %26, Dostluk Koşucuları %18, Sağlık Koşucuları %9, Bireysel Rekabeti Seven Koşucular %7 olarak belirtmişlerdir.

Maraton etkinliklerine katılanların yerel talep üzerinde geçici olarak olumlu bir etkisi vardır. Buna konaklama, yiyecek ve içecek harcamaları, spor malzemeleri, etkinlik malzemeleri ve şehirdeki genel alışveriş harcamaları dahildir. Wicker ve Hallmann (2012), maraton pazarlamasını tatilciler, sosyalleşenler ve maratoncular olmak üzere üçe ayırmıştır. Yarışmacıların ve katılımcıların şehri yeniden ziyaret etme niyeti de dahil olmak üzere Almanya'daki Köln, Berlin ve Hannover maraton etkinliklerinin ekonomik etkisini değerlendiren Wicker ve ark., (2012) günlük tüketici harcamalarında önemli farklılıklar buldular. Bunlar; günlük ortalama olarak katılımcılar, Köln'de €90,16, Hanover'de €57,61, Bonn'da €43,39 harcamışlardır ve ortalama kalış süresi 1.6 gündür. Bu tüketici harcamaları doğrudan ekonomiye etkilidir ya da ekonomik büyüme ve yerel istihdamdaki artışla yakalanan nihai ekonomik etkidir (Wicker ve ark., 2012). Örneğin; Şikago maratonu 40. yıldönümünde (2018), bir önceki yıla göre 56 milyon dolarlık rekor bir artış göstererek Şikago şehrine tahmini 338 milyon dolarlık gelir getiren iş etkisi ortaya çıkartmıştır (<https://www.chicagomarathon.com>).

Turizm Etkisi

Yüzyılı aşkın bir süredir düzenlenen maraton organizasyonlarının değişim gösterdiği bir alanda spor turizmi etkinliğidir. Spor turizmi, bireylerin eğlenmek amacıyla spor faaliyetlerini izlemek ya da bu faaliyetlere katılmak için kısa süreliğine buldukları yerden ayrılarak seyahat etmesidir (Gibson, 1998; Ross, 2001). Maraton, zamanla organizasyonların ve katılımcı sayılarının artması ile kendi spor turizmini oluşturmuştur.. Maraton yarışmalarına her yıl çok sayıda koşucu katılmaktadır ve bu koşucular maraton etkinliği için aileleri ya da arkadaşları ile birlikte seyahat etmektedir. Papanikos'a göre (Tablo.1.) spor turizmi etkinliği olan maratonlara çok sayıda ulusal ve uluslararası turist maraton etkinliğine katılması ve takip etmesi sadece etkinlik sırasında değil, etkinlik sonrası maratonun tanıtımı üzerinde de olumlu etkisi bulunmaktadır. Maraton sırasında etkinliği takip edenlerin ve katılımcıların tecrübesi olumlu ise, maratonu tekrar koşması, izlemesi, ziyaret etmesi ve diğer insanları bu etkinliğe katılmaya teşvik etme olasılığı yüksektir. Bu tür etkinliklere ev sahipliği yapmanın en önemli etkisi ise, sadece maraton etkinliğine katılan uluslararası turistlerin değil, aynı zamanda yabancı sermaye yatırımlarının da memnuniyetle karşılandığını göstermektedir (Papanikos, 2015).

Tablo 1. Bir Maraton Etkinliğinin Genel Etkisi



Sosyal Etkisi

Dünyada kitle sporuna dönüşen maraton etkinliği sosyal bir olay haline gelmiştir. Sosyal etki, bir faaliyetin toplumun sosyal yapısı, bireylerin ve ailelerin refahı üzerindeki etkisidir. Başka bir ifadeyle sosyal etki, turizm veya toplu seyahat etmenin bireysel değer sistemlerinde davranış şekilleri, topluluk yapısı, yaşam tarzı ve yaşam kalitesinin değişmesidir (Hall, 1992). Maraton organizasyonlarına katılanlar çeşitli toplum katmanlarından oluşmaktadır. Maraton yarışmaları bu katmanlara kendi ülkelerini, kurumlarını, kimliklerini ve kültürlerini, temsil etme fırsatı yaratmaktadır. Ayrıca yerel halka farklı kültürle tanışma ve kaynaşma olanağı sağlamaktadır. Birçok şehirde düzenlenen bu etkinlikler yerel halk üzerinde olumlu ya da olumsuz yönde farklılaşmaya neden olma olasılığı yüksektir. Jönsson ve Lewis (2014), spor turizminin sosyal etkilerini aşağıdaki tablo'da belirtmişlerdir (Tablo 2.).

Tablo.2. Spor Turizm Etkinliklerinin Sosyal Etkileri

OLUMLU YÖNLERİ	OLUMSUZ YÖNLERİ
Etkinliğe yerel düzeyde ilginin artması,	Sosyal Problemler <ul style="list-style-type: none"> • Suç • Fuhuş • Gürültülü Davranış • Alkol Alma • Uyuşturucu Kullanımı • Şiddet • Vandalizm
Etkinliği yaşamaktan dolayı toplumun mutlu hissetmesi	Kültürlerarası yanlış anlama potansiyeli
Topluluk üzerindeki gurur etkisi ve bireyin topluluk faaliyetlerine katılmasının artması	Ahlaki değerleri değiştirme
Kentsel yenilenme ile yakından ilgili olarak bölgesel kimliğin geliştirilmesi,	Gürültü ve kalabalık nedeniyle rahatlığın kaybı ve sakinlerin yerinden olması
<ul style="list-style-type: none"> • Yerel halk için eğlence ve sosyal fırsatlar • Gönüllülük ve yerel sosyal destek ağlarının geliştirilmesi 	Geleneksel yerel etkinliklerin metalaşması ve ticarileştirilmesi
Kültürel değerlerin ve geleneklerin güçlendirilmesi	Trafik sıkışıklığı
Ulusal kimlik oluşturulması	

Tartışma ve Sonuç

Modern Olimpik maratonun hikayesi Pheidippides'in Maraton kasabasından Atina'ya koşmasına dayanmaktadır. Pheidippides'in anısını yaşatmak amacıyla maraton koşusunun ilk modern olimpiyat oyunlarına dahil edilmesini Baron Pierre de Coubertin'e öneren ise bir dil bilimci, tarihçi ve akademisyen olan Michel Breal olmuştur. Ancak maraton koşusunun ortaya çıkmasını sağlayan ve maraton fikrinin Breal olduğu pek bilinmemektedir. Müller, Breal ile Coubertin arasındaki mektuplara dayanan çalışmasında Coubertin'in, saygın bir akademisyen olan Breal'in desteğini almanın ne kadar önemli olduğunu fark ederek ondan antik çağla ilgili sorularda tavsiye aldığını, Breal'in maratonu başlatan rolünü asla inkar etmediği ancak kendi kişisel damgasını taşımasını istediğinden özellikle vurgulamadığını ve Breal'in bundan faydalanmadığını tespit etmiştir (Müller, 2015).

Küresel büyüklük olarak bir kelebeğin kanat çırpması gibi bir efsaneyle başlayan, gittikçe popülerleşen ve her yaşta insanın ilgi odağı haline gelen maraton günümüzde kitle sporuna dönüşmüştür. Katılımcıların zamanla artması ve özellikle büyük maraton etkinliklerinde koşmak istemeleri yoğun katılım taleplerine neden olmuştur. Organizatörler, bu yoğun taleplerin üstesinden gelebilmek için büyük maratonlara katılım için bir takım kriterler oluşturmuştur.

Severe ve arkadaşları (2015), Boston maratonunun yeni yeterlilik standartlarının cinsiyete etkisi çalışmasında, yeni yeterlilik standartlarının cinsiyet eşitsizliği üzerinde etkisinin olup olmadığı araştırmıştır. Bu çalışmada yeni standartlar altında erkeklerin yeterliliğinin % 5 oranında, kadınların yeterliliğinin ise sadece %2 oranında azaldığı, ancak bu etkilerin yaş bölümlerine göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir (Severe, Kappen, Grout ve Tramosljanin, 2015).

Atina 1896 Olimpiyat Oyunlarından bu yana maraton günümüzde dünyanın birçok şehrinde yapılmaktadır. Dünyada maraton organizasyonları ülkelerin ve özellikle de şehirlerin tanıtımı açısından şehir isimleri ile anılmaktadır. Berlin Maratonu, Londra Maratonu, Amsterdam Maratonu ve İstanbul Maratonu gibi şehir maratonları örnekleri çoğaltılabilir.

Günümüzde küresel olarak maraton etkinliklerinin her yıl düzenlenmesi, katılımcı ve organizasyonların sayısının artması farklı boyutları ile ele alınmış ve pek çok çalışmaya konu olmuştur. Katılımcılar ile ekonomik, turizm ve sosyal etkisi gibi konuları inceleyen Sung ve Su'nun (2018), maraton etkinlikleri ile kent pazarlamasının verimliliği arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla Tayvan maratonu örnek olay araştırmasında, maraton etkinliğinin Tayvan'ın dünyadaki tanıtımı ve marka kimliği açısından şehrin tanıtımına yardımcı olduğunu ve etkili şehir pazarlamasını başardığını tespit etmiştir. Wicker ve Hallmann'ın (2012) maraton etkinliği, şehir gezisi ve sosyo-demografik özelliklerini gösteren bir çalışmada, maraton yarışlarındaki koşucuların tüketici profilleri incelenmiştir. Bu çalışmada şehirde kalma nedenine göre tatilciler, sosyalciler ve maratoncular olmak üzere üç farklı maraton koşucusu profili belirlenmiştir. Papanikos, spor turizmi etkinliği olarak bir maratonun ekonomik etkisini belirlemek için Atina maratonunu örnek almıştır. Bu çalışma, ihracatı teşvik etmenin ve doğrudan yabancı yatırım çekmenin uzun vadeli etkilerini vurgulamak amacıyla yapılmıştır. Bir maraton etkinliğinin en önemli uzun vadeli etkisi için uluslararası sermaye akışlarının öneminden bahseden Papanikos, Atina maratonunun uzun vadeli olumlu ekonomik etkiye sahip olmayan ancak gerçek bir marka adına sahip olan bir etkinliğe çok iyi bir örnek olduğunu, spor turizmi etkinliği olarak maratonların ekonomik etkilerinin, etkinliğin olumlu tanıtımından yararlanmak için ilgili paydaşların yapabilecekleri eylemlere bağlı olduğunu tespit etmiştir (Papanikos, 2015). İnsanlar maraton etkinliklerine iyi derece koşmak, performans göstermek, sosyalleşmek ya da eğlenmek amacıyla katılım sağlamaktadırlar. Julie ve Douglas (2014), Cincinnati Flying Pig maraton organizasyonunun şehrin imajını artırdığını ve 4.000 gönüllü, 150.000 seyirci, 30.000 koşucu ve yürüyüşçü arasında sosyal etkileşim fırsatı yarattığını tespit etmiştir. Maraton etkinliğine katılım sağlayanlar farklı katmanlardan ya da farklı kültürlerden oluşmaktadır. Maraton organizasyonu sırasında bu katmanlar farklı davranışlar göstererek sosyal etkileşim içerisinde olurlar. Bu etkileşimin olumlu yönleri olduğu kadar olumsuz yönleri de bulunmaktadır.

Sonuçla yukarıda tartışılan konulara ek olarak, Türkiye de maraton organizasyonları sayıları artmakla birlikte organizasyonlardaki hizmet kalitesi, düzenleme başarısı, katılımcı ve izleyici sayıları bakımından beklentileri karşılamaktan henüz uzaktır. Ayrıca, Türkiye'deki maraton organizasyonlarının düzenlendiği şehre sağlamış olduğu ekonomik, sosyal ve turizm etkisi olduğu açık olmakla birlikte henüz veri sağlayan bir yapılandırma oluşmamıştır. Bu nedenle maraton organizatörleri, belirttiğimiz durumları iyileştirebilmek ve maraton etkinliklerinin sonuçlarının etkili olabilmesi için farklı stratejiler geliştirmelidir. Küresel bir etkinlik olarak Türkiye'deki maraton organizasyonlarını içeren çalışmalarla maratonun ekonomik, turizm ve sosyal etkisi araştırılabilir.

KAYNAKLAR

Ahmadyar, B., Rosemann, T., Rüst, A.C. ve Knechtle B. (2016). Improved Race Times in Marathoners Older than 75 Years in the Last 25 Years in the World's Largest Marathons. Chinese Journal of Physiology 59(3): 139-147.

Banks, J. (2014). Analysis Of The Economic Impact Of The: 2014 Tcs New York City Marathon, Sport Finance And Economics.

Bodden, V. (2014). "The Boston Marathon Bombing" published by ABDO Publishing Company, PO Box 398166, Minneapolis, MN 55439.

- Burfoot, A. (2016). *First Ladies of Running: 22 Inspiring Profiles of the Revels, Rule Breakers, and Visionaries Who Changed the Sport Forever*. New York: Rodale Press, Inc, pp.48,- 250.
- Gibson, H. (1998). Active Sport Tourism: Who Participates?'' *Leisure Studies* 17 (2- 3), pp.46-170.
- Hall, C.M. (1992). *Hallmark Tourism Events: Impacts, Management and Planning*. London: Bethaven Press.
- Higdon H., Burfoot A. (2011). *The Gigantic Book of Running Quotations* pp.703.
- <http://aims-worldrunning.org/> Erişim Tarihi: 12.12.2018.
- <http://www.aimsworldcongress2018/> Erişim Tarihi: 10.01.2019
- <https://www.achillesinternational.org/> Erişim Tarihi: 6.12.2018
- <https://www.chicagomarathon.com/> Erişim Tarihi: 10.01.2019
- <https://www.kosicemarathon.com/> Erişim Tarihi: 20.12.2018
- <https://www.terryfox.org/> Erişim Tarihi: 6.12.2018.
- Jönsson, C., Lewis, C.C. (2014). Impacts of Hosting a Sport Event in Tourism High Season, *Rasaala*, Vol, 5 No. 1.
- Lorenz, E.N. (1995). *The Essence of Chaos*, University of Washington Press, UCL Press Limited, UK.
- Lovett, C. (1997). *Olympic Marathon: A Centennial History of the Games' Most Storied Race* by Charlie Lovett (Westport, Connecticut: Praeger Publishers, 1997). Reviewed by Scott G. Martyn, International Centre for Olympic Studies, The University of Western Ontario, London, Canada.
- Martin D.E, Gynn R. (2000). *The Olympic Marathon*. Human Kinetics Publishers; 1 edition pp.422.
- Muller, N. (2015). Michel Breal (1832-1915) – The Man Behind the Idea of the Marathon. *The Sport Journal*.
- Nelson, M.R. (2013). *American Sports: A History of Icons, Idols, and Ideas*. Greenwood Publishing Group, Incorporated. pp.117-118.
- Olberding J. C., Olberding D., J. (2014). The social impacts of a special event on the host city: a conceptual framework and a case study of the Cincinnati Flying Pig Marathon. *Int. J. Hospitality and Event Management*, Vol. 1, No. 1.
- Papanikos, G. T.(2015). The Economic Effects of a Marathon as a Sport Tourism Event, *Athens Journal of Sports - Volume 2, Issue 4*– Pages 225-240.
- Robinson, R. (2018). *When Running Made History*. First Edition. Syracuse University Press. pp. 7-8, 33-39.
- Ross, S.D. (2001). "Developing Sport Tourism. An e-Guide for Destination Marketers and Sports Events Planners, National Laboratory for Tourism and Commerce" Illinois: University of Illinois at Urbana-Champaign: 3, pp.3-7.
- Scherder, J., Breedveld, K., Borgers, J. (2015). *Running across Europe: The Rise and Size of one of the Largest Sport Markets*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Sears, E.S. (2015). *Running Through the Ages*, 2d ed. McFarland & Company, Incorporated Publishers. pp.276.
- Severe, S., Kappen, J. A., Grout J. ve Tramosljanin, J. (2015). The gender effects of the new Boston Marathon qualification standards *Journal of Sports Analytics* 1 (2015) 33–42 DOI 10.3233/JSA-150003 IOS Press 33.
- Smyth, B. (2017). *The Berlin Marathon, 2017. An Analysis of Participation and Performance at the Berlin Marathon, 2017* <https://medium.com/15.01.2019>.
- Sung, M-Y., Su, W.S. (2018). Marathon Events and City Marketing: A Case Study of the Taipei Marathon. *International Journal of Arts and Commerce* Vol. 7 No. 6.

Tjelta, L.I., Tønnessen E., Enoksen E. (2014). A Case Study of the Training of Nine Times New York Marathon Winner Grete Waitz. *International Journal of Sports Science & Coaching* Volume 9 · Number 1.

Vos, S., Scherder, J. (2009). Loopsport in veelvoud. Vanuit. Naar een typologie van loopsportes (The rich spectrum of running. Towards a typology of runners). In: J. Scherder & F. Boen (eds). *Vlaanderen loopt! Sociaal-wetenschappelijk onderzoek naar de loopsportmarkt (Running in Flanders. The running market from a social science approach (SBS Series 1))*. Ghent: Academia Press, 267-287

Wicker P., Hallmann K., (2012). Consumer profiles of runners at marathon races, *International Journal of Event and Festival Management*, Vol. 3 Issue: 2, pp.171-187.

Wicker P., Hallmann K., Zhang J.J., (2012). What is influencing consumer expenditure and intention to revisit? An Investigation of Marathon Events. *Journal of Sport & Tourism* 17(3): 165-182.

www.theguardian.com/ Erişim Tarihi: 17.01.2019.

Yarmolyuk O., Zolotaryova A. (2015) .Analysis of the sponsorship activities of the organizing committee “Kiev City Marathon-2014” *Slobozhanskyi Herald of Science and Sport* 477-25UDC 796.063.4:796.422.16(477-25).