



Pole Dans Stüdyoları Pazarlama Yaklaşımı: Bir Doküman Analizi

Gizem KARAKAŞ¹ , Ersin ESKİLER¹ , Sanem ALPAY² 

¹Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Sakarya, Türkiye

²Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya, Türkiye

DOI: 10.70736/spjses.296

Araştırma Makalesi/Research Article

Gönderi Tarihi/ Received:
15.04.2025

Kabul Tarihi/ Accepted:
11.08.2025

Online Yayın Tarihi/ Published:
31.08.2025

Özet

Başlangıçta cinsellikle ilişkilendirilen bir aktivite olarak anılan pole dans, zamanla bir sanat formu, spor ve fitness bağlamında yeniden tanımlanmaya çalışılsa da tarihsel kökenleri ve kültürel çağrışımları nedeniyle birçok toplumda önyargı ile karşılanan bir etkinlik konumundadır. Bu dönüşümde web siteleri önemli bir rol oynamakta; hem pole dansın toplumsal konumlandırılmasına katkı sağlamakta hem de ilgili işletmelerin tanıtımında etkili bir araç olarak işlev görmektedir. Bu kapsamda çalışmanın amacı, pole dans stüdyoları tarafından pole dansın nasıl konumlandırıldığını, hangi anlamlar yüklendiğini ve potansiyel tüketicilere nasıl sunulduğunu ortaya koymaktır. Çalışmada, doküman analizi temelli bir araştırma deseni tercih edilmiştir. Bu kapsamda Türkiye’de pole dans eğitimi veren stüdyoların web siteleri incelenmiştir. İlgili web siteleri 2024 yılı Nisan ayı içerisinde Google arama motorunda “pole dans” anahtar kelimesi ile taranmıştır. Veri toplama yöntemi olarak yine doküman analizinden yararlanılmıştır. Analizler sonucunda on iki işletmenin web sitesi incelenmiş ve içerik analizi ile çözümlenmiştir. Analizler sonucunda ürün bilinirliği ve tanıtımı, hizmetin rolü ve konumlandırılması ve hizmetin sunum dinamikleri olmak üzere üç ana tema belirlenmiştir. Buna göre, pole dans stüdyoları web sitelerinde çeşitli pazarlama iletişimi çabalarının kullanıldığı söylenebilir. Pole dans hizmet sektörü, Türkiye sınırları içerisinde gelişime açık bir aktivite türü olarak değerlendirilebilir. Başlangıçta müstehcen ve cinsellik ile ilişkilendirilen bu aktiviteyi, şimdilerde dans stüdyoları bir sanat formu, spor ve fitness bağlamında yeniden tanımlamaya ve konumlandırmaya çalışmakta ve daha geniş kitlelerin beğenisine sunmaktadırlar. Sonuçlar, olumsuz bir imaja sahip olan bir ürünün yeniden konumlandırılmasında bir iletişim aracı olarak web sitesinin rolü hakkında literatüre katkıda bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Doküman analizi, pazarlama iletişimi, pole dans, web siteleri

Pole Dance Studios Marketing Approach: A Document Analysis

Abstract

Initially perceived as an activity associated with sexuality, pole dance has increasingly been redefined as a form of art, sport, and fitness. However, due to its historical roots and cultural connotations, it continues to face societal prejudices in many contexts. In this transformation process, websites play a crucial role by contributing to the social positioning of pole dance and serving as an effective tool for promoting relevant businesses. The aim of this study is to examine how pole dance is positioned by pole dance studios, what meanings are attributed to it, and how it is presented to potential consumers. A document analysis-based research design was employed. In this context, the websites of studios offering pole dance training in Turkey were analyzed. Relevant websites were identified through a Google search using the keyword “pole dance” in April 2024. Data collection was conducted through document analysis, and a total of twelve studio websites were examined using content analysis. The analysis revealed three main themes: product awareness and promotion, the role and positioning of the service, and the dynamics of service delivery. Accordingly, it can be stated that various marketing communication efforts are employed on the websites of pole dance studios. The pole dance service sector can be considered a developing activity type within Turkey. Studios are increasingly working to redefine and reposition this activity—initially perceived as obscene and sexually charged—as a form of artistic expression, sport, and fitness, aiming to appeal to a broader audience. The findings contribute to the literature by highlighting the role of websites as communication tools in the rebranding and repositioning of a product with a previously negative image.

Keywords: Document analysis, marketing communication, pole dance, web site

GİRİŞ

Günümüz tüketim toplumunda bedenin şekillendirilmesine, medyada sunumuna ve performansına giderek daha fazla kültürel ve ekonomik anlamlar yüklenmektedir (Tiryaki, 2014). Bu bağlamda spor ve fiziksel aktiviteler yalnızca atletik becerilerini geliştirme, fiziksel sağlık ve estetik arayışlarıyla ilgili değil, aynı zamanda kimlik inşası, toplumsal aidiyet ve kişisel ifade biçimleriyle de ilişkilendirilmektedir (Kim & Kwon, 2019). Son yıllarda serbest zaman aktivitelerinin öneminin giderek artması ve rekreasyon endüstrisindeki gelişmelere paralel olarak geleneksel egzersiz programlarının yanı sıra alternatif fiziksel aktiviteler artan bir ilgi görmektedir (Zhou vd., 2020). Bu aktiviteler arasında yer alan pole dans, hem fiziksel güç ve esnekliği geliştiren bir egzersiz yöntemi (Holland, 2010) hem de sahne sanatlarıyla kesişen estetik bir performans türü olarak ifade edilmektedir (Hanna, 2010).

Pole dansın çocuklardan yaşlı uygulayıcılara, kadın ve erkek fark etmeksizin herkes tarafından uygulanabilecek, geleneksel egzersiz seçeneklerinden farklı bir aktivite olduğu belirtilmektedir (Alves & Nóbrega, 2021). Diğer yönden pole dans kökenleri hakkında birkaç farklı görüş söz konusudur. Pole dansın geçmişine bakıldığında, pole dansın ya da bu dansın gerçekleştirildiği dikey çubuğun, estetik değeri olan maddi bir unsur olarak ne kadar süredir kullanıldığına dair kesin bir bilgi yoktur (Santos, 2018). Ancak kökenleri hakkında birkaç farklı görüş söz konusudur. İlk olarak pole dans “Maypole dansı” ile ilişkilendirmektedir. Maypole, doğurganlığı simgeleyen bir Pagan sembolüdür. Başka bir görüşe göre Çin direği ile ilişkilendirilmektedir. Eski bir bedensel aktivite olduğuna inanılan ve Çin sirklerinde görülen Çin direği, sanatçıların lastik kaplı olan bir direğe tırmandığı, kaydığı ve artistik pozlarla birlikte hareketlerini gösterdiği yerler olarak tanımlanmaktadır (Hasicic, 2018). Günümüzde dünya çapında bir spor olarak kabul edilen ve iki yüzyılı aşkın süredir Hindistan’da icra edilen Mallakhamb, pole dansın ilişkilendirildiği diğer bir aktivitedir (Santos, 2018). Dikey bar hareketliliği Mallakhamb, vücut desteği sağlamak için barı kullanan kilitleme egzersizleri ve hareketleri kullanarak denge, güç ve esneklik hareketlerini araştıran sanat ve cimnastiğin bir birleşimidir. Bu kapsamda günümüz toplumsal algılarının dışında, pole dans kökenlerinin kadim ritüellere ve fiziksel hareketliliğe dayandığı ifade edilebilir.

1900’lü yıllara gelindiğinde Amerika’daki seyyar panayırarda “Hoochie Coochie” adı verilen bir dansa, dansçıların kalça hareketleri ve direkleri kullanarak dikkat çeken hareketler yaptıkları belirtilmektedir (Griffiths, 2015). Aynı dönemde, Paris Moulin Rouge kabarelerinde de pole dansa benzer burlesk ve sirk gösterileri sergilendiği bilinmektedir. “Direk cazibesi” olarak da bilinen bu burlesk gösterilerindeki kalça vurgusu, bedenin erotizmine ve cinselliğine bir gönderme olarak değerlendirilmektedir (Santos, 2018). Bu bağlamda, pole dansının striptiz, cinsellik veya ahlaka aykırılık gibi olumsuz algılarla ilişkilendirilmesinin 1900’lü yıllardaki bu etkinliklerle başladığı ifade edilebilir. Diğer yandan bazı ileri seviye dansçıların cimnastik ve bale eğitimi alarak Broadway gibi yerlerde sahne alması, dansdaki erotizmin sanatsal bir boyut kazanabildiği şeklinde yorumlanmaktadır (Hanna, 2010).

Toplum nezdinde ve tarihsel olarak erotik dans, gece kulüpleri ve striptizle ilişkilendirilen pole dansın zamanla bir fitness ve daha sonra spor dalı olarak kurumsallaşmaya başladığı ifade edilmektedir (Dale, 2013). Özellikle, son elli yılda resmî kurumlar ve özel teşebbüsler

tarafından bir fitness ve/veya spor aktivitesi olarak lanse edilmesi (Dale, 2013) ve giderek yaygınlaşan popüler bir aktivite olma ihtimali (Kim & Kwon, 2019; Alves & Nóbrega, 2021) pole dans eğitimi veren işletme sayısını arttırmaktadır. Örneğin son yirmi yılda ABD, Avustralya ve İngiltere gibi batı ülkelerinde “pole fitness” adı altında aktivitelerin spor salonlarında yer aldığı ve 2009 yılında, Londra’da ilk büyük uluslararası yarışmalardan biri olan Miss Pole Dance World’ün düzenlendiği görülmektedir. Ek olarak son on yılda pole dans akademisyenlerin de ilgisini çeken bir konu haline gelmiştir. Özellikle akademik çalışmaların toplumsal cinsiyet, kültürel temsiller, spor/sanat ilişkisi ve toplumsal damgalama gibi çok katmanlı temalar etrafında yoğunlaştığı görülmektedir (Robinson, 2019; Just & Muhr, 2020; Alves & Nóbrega, 2021; Oxtoby, 2022; Sousa & Oliveira, 2023). Diğer benzer çalışmalarda ise pole dansın fizyolojik ve psikolojik faydalarına odaklanıldığı ve pole dansa yönelik olumsuz algıların kırılmaya çalışıldığı dikkat çekmektedir (Allen, 2011; Pfeiffer vd., 2023; Sousa & Oliveira, 2023). Bu çalışmalar farklı disiplinlerden (sosyoloji, performans çalışmaları, spor bilimleri, kültürel çalışmalar, toplumsal cinsiyet, medya çalışmaları vb.) beslenmesine rağmen pole dansın pazarlama perspektifinden değerlendirildiği çalışmalar son derece sınırlıdır. Özellikle, pole dans işletmelerinin bu pratiği tüketici zihninde nasıl konumlandırmaya çalıştığı konusunda literatürde önemli bir boşluk bulunmaktadır.

Konumlandırma, bir mal ya da hizmetin tüketici zihninde belli bir yer edinmesini sağlamak amacıyla yürütülen stratejik faaliyetler bütünüdür (Kotler & Keller, 2011). Bu faaliyetler, yalnızca mal ya da hizmetin işlevsel özelliklerine değil, aynı zamanda duygusal ve sembolik çağrışımlarına da dayanmaktadır. Bu nedenle, olumsuz çağrışımlarla yüklenmiş hizmetlerin pazarlanmasında, konumlandırma faaliyetleri kritik öneme sahiptir. Çünkü konumlandırma, bir hizmetin tüketici zihnindeki mevcut imajını dönüştürerek, onu daha olumlu, arzu edilir ve kabul gören bir kimlikle sunmanın anahtarıdır. Özellikle algıların hizmetin değerinden daha belirleyici olduğu durumlarda, konumlandırma faaliyetleri hizmetin sunduğu gerçek faydaların ötesinde bir anlatı/mesaj üretmeyi gerektirmektedir (Ries & Trout, 2001).

Günümüzde dijital mecralar tüketicilere iletilecek mesajlar ve tüketici algısının inşası için önemli iletişim araçları arasında yer almaktadır. Bu noktada, pole dans stüdyolarının kullandığı pazarlama iletişimi stratejileri, özellikle de dijital mecralardaki temsilleri, son derece kritik bir rol oynamaktadır. Birçok tüketici, pole dans gibi hizmet yoğun bir ürünle ilk temasını dijital ortamlar aracılığıyla kurmakta, hizmet hakkında ilk izlenimlerini web siteleri, sosyal medya hesapları ve/veya çevrimiçi içerikler üzerinden edinmektedir (Clow & Baack, 2015). Özellikle web siteleri, bir işletmenin kendini ya da hizmetlerini tanıttığı, kimliğini şekillendirdiği ve hedef kitleyle kurumsal bir iletişim yürüttüğü alanlar olarak öne çıkar. Sonuçta web siteleri, yalnızca bir bilgilendirme aracı olmanın ötesinde, hizmetin hangi değerlerle ilişkilendirildiğini ve hedef kitleye nasıl sunulduğunu ve bu bağlamda hizmetin nasıl konumlandırıldığını gösteren stratejik iletişim araçlarıdır. Örneğin, Rubcic (2013) yürüttüğü çalışmasında birçok kişinin pole dans hakkında daha fazla bilgi edinmekle ilgilendiğini ve işletme web sitesindeki açıklamaları ve misyon beyanını okuduktan sonra pole dansı şahsen denemek istediklerini tespit etmiştir. Bu kapsamda pole dans stüdyoları web siteleri, hedef odaklı bilgi arayanlar için yararlı bir iletişim biçimi olarak görülmektedir. Aynı zamanda web siteleri farklı kitlelere de hitap etmektedir. Örneğin, farklı kanallardan pole dansı duyup denemeye karar verenler, daha ileri düzey dersler hakkında bilgi arayanlar,

dağarcıklarına pole dansı eklemekle ilgilenebilecek sektör çalışanları ve toplum tarafından görece yeni bu fenomen ile ilgilenen genel halk üyeleri gibi kitlelere hitap edebilmektedir. Bu bağlamda, pole dans stüdyoları web siteleri, farklı deneyim seviyelerine sahip müşterileri pole dans derslerine çekmeyi ve pole dansın “ne olduğu” ve diğer aktivitelerle ilişkisi konusunda toplumun anlayışına katkıda bulunmayı içeren karmaşık bir gündem içerebilmektedir. Dolayısıyla pole dans stüdyoları web siteleri, yalnızca bilgi sunmakla kalmaz; aynı zamanda bu hizmetin nasıl bir çerçevede sunulduğunu, hangi değerlerle ilişkilendirildiğini ve hangi önyargılarla mücadele edildiğini dışa vuran stratejik mecralar olarak görülebilir.

Bu kapsamda çalışmanın amacı, pole dans stüdyoları tarafından pole dansın nasıl konumlandırıldığını, hangi anlamlar yüklendiğini ve potansiyel tüketicilere nasıl sunulduğunu ortaya koymaktır. Bu doğrultuda çalışmada, seçilen pole dans stüdyolarının web sayfaları doküman analizi yöntemiyle incelenerek; pole dansın sunum biçimi, hedef kitle tanımlamaları ve değer önerileri gibi unsurlar detaylı biçimde analiz edilmiştir. Çalışma hem spor pazarlaması hem de dijital medya ve toplumsal cinsiyet çalışmaları literatürüne katkı sağlamayı; aynı zamanda alternatif fiziksel aktivitelerin kamusal alanda nasıl temsil edildiğini ve ticarileştirildiğini anlamaya yönelik özgün bir bakış açısı sunmayı hedeflemektedir.

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden, doküman analizi temelli bir araştırma desenine sahiptir. Doküman analizi, basılı ve elektronik materyaller olarak belgeleri incelemek veya değerlendirmek için sistematik bir prosedürdür. Doküman analizi anlam çıkarmak, anlayış kazanmak ve ampirik bilgi geliştirmek için verilerin yüzeysel incelenmesini, okuma yapılmasını (kapsamlı inceleme) ve yorumlanmasını gerektiren yinelemeli bir süreçtir. (Bowen, 2009; Sak vd., 2021). Doküman analizinin bir veri toplama tekniği mi ya da bir araştırma yöntemi mi olduğuna dair literatürde farklı bilgiler mevcuttur. Ancak bir çalışmada doküman analizi hem araştırma deseni olarak hem de veri toplama tekniği olarak kullanılabilir (Sak vd., 2021). Bu çalışmada da pole dans eğitimi veren işletmelerin web sitelerinde pazarlama iletişimi etkinliğinin ortaya konulması amacıyla doküman analizi deseni kullanılmıştır.

Verilerin Toplanması

Veri toplama yöntemi olarak da kullanılabilen doküman analizi (Sak vd., 2021), bu çalışmada kullanılan bir veri toplama yöntemidir. Doküman analizi, araştırma verilerinin birincil kaynağı olarak çeşitli dokümanların toplanması, gözden geçirilmesi, sorgulanması ve analizi olarak tanımlanabilir (Sak vd., 2021). Belgeler, araştırmacının müdahalesi olmadan kaydedilen metin (kelimeler) ve görüntüleri içerir. Doküman incelemesi, daha sonra özellikle içerik analizi yoluyla ana temalar, kategoriler ve vaka örnekleri halinde düzenlenen verileri (alıntılar, alıntılar veya tüm pasajlar) ortaya çıkarır (Labuschagne, 2003).

Doküman analizi kapsamında toplanan veriler pole dans stüdyoları web sitesi içerikleridir. İlgili içeriklerde işletmeyi ve pole dansı tanııtım metinleri, pole dans tarihi, işletme olanakları, slogan vs. bulunmaktadır. Görseller içerik analizi kapsamında değildir ve analiz dışı bırakılmıştır. İlgili web siteleri 2024 yılı Nisan ayı içerisinde Google arama motorunda “pole

dans” anahtar kelimesi ile taranmıştır. Tarama sonucunda 13 pole dans stüdyosuna ait web sitesine rastlanılmıştır. Yalnızca pole dans işletme web siteleri çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışmaya dahil edilen işletme web siteleri çeşitli dahil etme kriterleri kapsamında belirlenmiştir. İlgili dahil etme kriterleri, işletmelerin Türkiye sınırları içerisinde aktif çalışıyor olması, web sitelerinin güncel olması, içeriklerinin Türkçe olması, web sitelerinde pole dans ile ilgili içeriklerin olmasıdır. Bir adet işletmenin web sitesi blog yazısı olduğundan çalışmaya dahil edilmemiştir.

Tarama sonucunda ilgili kriterlere uyan 12 pole dans stüdyosunun web siteleri çalışmada yer almıştır. İşletmeler Ankara, Bursa, İstanbul, Kocaeli ve Yalova illerinde faaliyet göstermektedirler. İşletmelerin deşifre olmaması adına ve etik kurallar çerçevesinde işletme isimleri ve web adresleri saklı tutulmuştur. Pole dans stüdyolarının web siteleri için Pole1 ve Pole12 aralığında kodlar kullanılmıştır. Web sitesi taramaları araştırmacılar tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışma için ayrıca, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi’nden E.140759 sayı numarası ile etik kurul onayı alınmıştır.

Verilerin Analizi

Taranan web sitelerinde araştırmanın amacına uygun olarak pole dansla ilgili içerikler (işletmeyi ve pole dans tanıtım metinleri, pole dans tarihi, işletme olanakları, slogan vs.) word formatına aktararak nitel veri analiz tekniklerinden içerik analiz tekniğinden yararlanılarak çözümlenmiştir. Toplam 18 sayfa doküman verisi elde edilmiştir. Araştırmacılar tarafından ayrı ayrı kodlanan veriler, daha sonra ortak kod ve temaların belirlenmesiyle nihai halini almıştır. Alanda uzman ve nitel çalışmalara hâkim bir akademisyen de temaların uygunluğunu kontrol etmiştir. Son olarak bulguların oluşturulması ve yorumlanması süreciyle analiz işlemleri tamamlanmıştır.

Geçerlik ve Güvenirlik

Araştırmanın iç geçerliliğini sağlamak amacıyla üç araştırmacı tarafından ayrı ayrı temalar belirlenmiş ve ortak temalarla son halini almıştır. Araştırma modeli, veri toplama yöntemi, veri kaynağı ve analizi gibi yönetsel süreçlerin birbirleriyle tutarlı olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, alanda ve nitel araştırmalar konusunda uzman, araştırma dışından bir akademisyen de içerik analizi uyguladıktan sonra elde edilen temaların uygunluğunu bütünsel bir yaklaşımla kontrol etmiştir, bu da dış geçerlilik için önemli bir ayrıntıdır. İç geçerlik için derin odaklı bir veri toplama sürecinin uygulandığı düşünülmektedir. Veri toplama sürecinde araştırmacı çeşitlemesi yapılarak tüm araştırmacılar sürece dahil olmuştur. Dış geçerlik için web sitelerinde yer alan metinler doğrudan alıntılarla aktararak ayrıntılı betimleme yapılmıştır ve yöntem bölümü detaylı açıklanmaya çalışılmıştır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümünde gerçekleştirilen içerik analizine ait bulgular yer almaktadır. İçerik analizi sonuçlarına göre toplam üç adet ana tema ortaya çıkmıştır. Ana temalara ait bilgiler Tablo1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. İncelenen web sitelerinden elde edilen bulgular

Temalar	Alt Temalar	Kategoriler	Pole1	Pole2	Pole3	Pole4	Pole5	Pole6	Pole7	Pole8	Pole9	Pole10	Pole11	Pole12	Sıklık
Ürün Bilinirliği ve Tanıtımı	Sürecin Tarihsel Seyri	Pole Dansın Tarihsel Kökeni	x				x	x	x					x	5
		Görünürlük ve Yaygınlaşma	x	x			x		x	x		x		x	7
	Toplumsal İmaj ve Algı Dinamikleri	Cinsiyetçi Söylemler	x		x					x				x	4
		Önyargıların Gölgesinde	x				x	x	x					x	5
	Pole Dansın Anlamlandırılması		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		11
Hizmetin Rolü ve Konumlandırılması	Katılımcı Çeşitliliği ve Kapsayıcılık		x				x					x	x		4
	Bedenle Kurulan İlişki ve Öznel Deneyim					x	x	x		x	x		x		6
	Duygusal ve Kimliksel Dönüşüm	Bedenle Uzlaşma ve Güçlenme	x	x	x		x		x	x		x	x	x	9
		Toplumsal Normlara Karşı Dayanışma ve Dayanıklılık				x	x	x		x	x		x		6
		Duygusal Özgürlük ve Özgüven		x			x	x		x	x		x		6
Hizmetin Sunum Dinamikleri	Eğitim Mekânının Özellikleri					x	x			x			x		5
	Eğitmen Niteliği ve Katılımcı Güvencesi					x	x	x			x		x		5

Tablo 1’de belirtildiği üzere üç ana tema, bu ana temalara bağlı olarak toplam sekiz alt tema ve yedi kategori ortaya çıkmıştır. Ana temalara ilişkin alt tema, kategori ve doğrudan alıntıların yer aldığı detaylı anlatım Tablo 2, 3 ve 4’te verilmiştir.

Ürün Bilinirliği ve Tanıtımı Ana Teması

Ürün bilinirliği ve tanıtımı ana teması aslında pole dansın ortaya çıkışını, geçmişten günümüze ilerleyişini, gelişimini, bilinirliğini ve betimlenmesini içerisinde barındırmaktadır. İşletmeler, pole dans ürününü toplumsal normlar perspektifinden ele alarak web siteleri üzerinden yansıtmakta ve anlamlandırmaktadır. Ürün bilinirliği ve tanıtımı ana temasında, sürecin tarihsel seyri, toplumsal imaj ve algı dinamikleri ile pole dansın anlamlandırılması alt temaları belirlenmiştir. Alt temaların altında ise çeşitli kategorilerle alıntılar aktarılmaya çalışılmıştır. Sürecin tarihsel seyri alt teması, pole dansın tarihsel kökeni ile görünürlük ve yaygınlaşma kategorilerine; toplumsal imaj ve algı dinamikleri alt teması ise cinsiyetçi söylemler ve önyargıların gölgesinde kategorilerine ayrılmıştır. Pole dansın anlamlandırılması alt temasında kategori ayrımı bulunmamaktadır. Ürünün bilinirliği ve tanıtımı ana temasına ilişkin detaylı aktarım Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Ürün bilinirliği ve tanıtımı ana temasına ait bulgular

Sürecin Tarihsel Seyri Alt Teması	
On iki işletmeden beş işletmenin pole dansın tarihsel kökenine, ortaya çıkış biçimine değindiği, yedisinin ise pole dansın yaygınlaşması ile ilgili bilgilere web sitelerinde yer verdiği belirlenmiştir. Bu kategorilere ilişkin pole dans işletmeleri web sitelerinde yer alan veriler aşağıdaki şekildedir:	
Pole Dansının Tarihsel Kökeni	Pole1. “Pole dansının tarihi aslında 800 yıl öncesine Hint kültüründeki “mallakhamb” denilen bir spora dayanıyor, sanıldığı gibi striptizden doğmuyor. “
	Pole5. “Pole dansı, kökenleri Asya’nın antik dans formlarına dayanan bir dans türü olarak biliniyor. Ancak günümüzde daha modern bir hal alarak çeşitli teknikler ve stildeki dansları kapsıyor.”
	Pole6. “Aslında tarihsel olarak da incelersek striptiz dansı Pole dansının bir alt dalı niteliğindedir. Fakat şuan için ikisini birleştirebileceğiniz tek ortak nokta ortadaki borudur.”
	Pole7. “Pole dansının tarihi aslında 800 yıl öncesine Hint kültüründeki” mallakhamb” denilen bir spora aslında oradaki bir dans figürüne dayanıyor. Bu danstan yola çıkan Çinliler zamanla kendi stillerini oluşturarak 70’li yılların sonunda Chinese Pole’u yaratıyorlar. Bu dönemlerde pole profesyonelleri ve amatörleri tüm dünyadaki negatif çağrışımları yok etmek için pole dansının akrobatik yanını vurgulamaya başlamış, bu da dansın Çin direği (Chinese pole) denilen sirk performansına yaklaşmıştır. 1980’lerde ise Amerika ve Kanada Çinlilerin dansını çeşitli formasyonlarda (striptiz, go-go, lap-dancing) değiştirmişler ve yaygın olarak gece kulüplerinde icra etmişler.”
	Pole12. “800 yıl önce Hindistan’da ortaya çıktı. Hintçe Mallakhamb olan bu dansın çıkış öyküsü güreşçileri eğiten bir spor olmasıydı. Bu akıma ardından Çin’de katıldı.”
Görünürlük ve Yaygınlaşma	Pole1. “...gün geçtikçe pole dansı, sadece dans ve spor amaçlı yapan kişilerin sayısı artıyor. Ülkemizde de oldukça yaygınlaşmaya başlayan bu dal.....” ve “2000’li yılların ortalarından itibaren alternatif bir fitness dalı olarak yaygınlaşmaya başlayan pole dans....”
	Pole2. “Pole Dans son zamanlarda birçok kişiden duyduğumuz bir egzersiz dansıdır. Birçok kişi tarafından öğrenilmek istenilen bir dans olan pole dansı hem faydalı hem de eğlencelidir.”
	Pole5. “Pole dansı, son yıllarda popülerliği artan ve dans dünyasında çeşitliliğiyle dikkat çeken bir disiplin haline geldi.”, “.....her geçen gün daha fazla insanın ilgisini çekiyor ve popülerliği artıyor. Özellikle, direk etrafında gerçekleştirilen akrobatik hareketler ve dans figürleriyle dikkat çekiyor.”
	Pole7’nin. “Pole dansının son dönemlerde trend haline gelmesinde Desperate Housewives’ta Eva Longoria’nın pole dans dersleri alması, Shakira, Beyonce ve Rihanna gibi ünlü isimlerin kliplerinde ve konserlerinde bu dansı yapmalarının da etkisi var.”
	Pole8. “Pole dans, son yıllarda kadınlar arasında popüler hale gelen bir egzersiz türüdür.”
Cinsiyetçi Söylemler Kategorisi	Pole10. “Günümüzde oldukça popüler olan ve yayılmaya devam eden bir dans türüdür. Henüz Türkiye’de olmasa da dünyanın birçok ülkesinde yarışmaları düzenlenen bir spor statüsündedir.”
	Pole12. “Avrupa’da da hızla yayılan pole dansı, artık dünyada tüm ülkelerde bilinen ve uygulanan dans/spor haline geldi.” “Hollywood filmleri ile aklımıza kazınan ve zihnimize erotik çağrışımlar yapan pole dans.....”
Toplumsal İmaj ve Algı Dinamikleri Alt Teması	
Toplumsal imaj ve algı dinamikleri alt teması altında, cinsiyetçi söylemler ve önyargıların gölgesinde kategorileri ortaya çıkmıştır. Bu kategorilerde pole dansın toplumsal imajının nasıl olduğu, toplum tarafından nasıl algılandığı ve işletmelerin de web sitelerinde bu algıyı nasıl kırmaya çalıştıkları ya da algıya dahil oldukları ortaya konmaya çalışılmıştır.	
Cinsiyetçi Söylemler Kategorisi	Pole1. “İnsanlar ve özellikle kadınlar pole dans yaptıklarını söylediklerinde karşılaşılan yaygın tepki gülüşmeler ve “ee kocana da yaparsın artık” gibi emeği küçümseyen cevaplar oluyor. Bu tepkiyi bazen çok haksız bulmuyorum çünkü bugüne kadar direği gördüğümüz yer striptiz sahneleriydi. Filmlerde, kliplerde, eğlence mekanlarında kadınların bedenlerini ön plana çıkardığı ve cinsellik çağrıştıran figürler yaptıklarını gördük.” “Ev hanımlarından öğrencilere her yaş ve kesimden kişinin farklı amaçlarla tercih ettiği bir spor biçimi.”
	Pole3. “Hazırlanın! Topuklularımızı giyiyor, Pole Dance’a başlıyoruz.”
	Pole8. “...biz de kadınların fitness hedeflerine destek olmak için pole dans dersleri sunuyoruz.”, “Pole dans, son yıllarda kadınlar arasında popüler hale gelen bir egzersiz türüdür.”, “Kadınların fitness hedeflerine destek olmak için pole dans dersleri sunuyoruz.”

Önyargıların Gölgesinde Kategorisi	Pole12. “Kadın ya da erkek fark etmeksizin siz de pole dansı öğrenebilirsiniz.”, “..... cinsel hayatını renklendirmek isteyen insanlarda daha erotik amaçlar güderek pole dansı öğrenebilir.”, “İster dans ister spor olarak yapılan pole dansı, kişinin daha fit ve seksi bir vücuda sahip olmasını sağlar.”
	Pole1. “Dans hakkındaki striptiz algısını değiştirmek için hala çaba sarf ediyoruz.sanıldığı gibi striptizden doğmuyor.”
	Pole5. “Direk dansı ya da pole dance zihinlerde striptiz kulüplerini çağrışırsa da, direk dansı aslında dans ve akrobasiyi birleştirerek dikey bir direk etrafında yapılan bir performans sanatıdır.”, “Başlangıçta striptiz dansıyla ilişkilendirilse de, pole dansı artık bir sanat ve spor dalı olarak kabul ediliyor ve bu alandaki ön yargıları yıkmaya devam ediyor.”
	Pole6. “Aslında Dünya toplumlarında pole dansı çok yanlış anlaşılmıştır. Bunun nedenleri bellidir aslında, çünkü şimdiye kadar bir direk etrafında dans edenleri sadece striptiz kulüplerde, karanlık ortamlarda insanların cinsel yönelimlerinin çağrıştırıldığı şekilde gördük. Yapımı oldukça zor olan bu dansın ön yargılara kurban edilmemesi gerekir.”, “Günümüzde ülkemizde de sadece boru dansı olarak bilinmesi pole dansının striptize kurban edilmesidir.”
	Pole7. “Akıllara ilk olarak stripiz dansını getirse de pole aslında çok ciddi güç, esneklik ve kondisyon gerektirir”.
	Pole12. “Hollywood filmleri ile aklımıza kazınan ve zihnimizde erotik çağrışımlar yapan pole dansı,....”

Pole Dansın Anlamlandırılması Alt Teması

Bu alt temada işletmelerin pole dansı nasıl anlamlandırdıkları ve tanıttıkları betimlenmeye çalışmıştır. İşletmelerin web sitelerinde pole dansı, direk dansı olarak tanıtılan ve anlamlandıran işletmeler göze çarpmaktadır. Pole5 “Direk dans stüdyosu” diye kendisini tanımlarken; pole1, pole2, pole7 ve pole9 “direk dansı” nitelemesini kullandığı görülmüştür. Pole6 işletmesi ise “boru dansı” diye bahsetmiştir. Diğer işletmelerin ise pole dansı tanımını üzerinden pazarlama iletişimlerini sürdürdüğü görülmüştür. Yalnızca pole12 web sitesinde anlamlandırmaya yönelik bir içeriğe rastlanmamıştır. İşletmelerin pole dansı nasıl anlamlandırdıkları ve nasıl tanıttıklarına ilişkin tanımlar aşağıda sıralanmaktadır:

Pole1. “Direk dansı olarak da bilinen pole dans, dans ile akrobasiyi birleştirerek dikey bir direğin etrafında yapılan performans sanatıdır.” “.....bir spor biçimidir”
Pole2. “Pole dans aslında insan vücudunu zorlayan bir spor.”, “Pole dansın diğer adı da direk dansı olarak da geçer. Öğrenilen direk dansı hareketleri direğe tırmanma, belden bükülme ve vücut esnekliklerini içerir. Yapılan direk dans bir kişinin dans direği üzerinde dönmesi ve sallanması ile yapılan hareketlerden oluşmaktadır.”, “Pole dans sayesinde kurstan sadece bu dansı değil, jimnastik sporu, bale teknikleri, fitness ve akrobasi ve modern dans hareketlerini de öğrenmiş oluyorsunuz.”
Pole3. “Metal bir direk üzerinde tırmanma ve dönme gibi çeşitli figürlerle gerçekleştirilen Pole Dans, sportif bir dans olarak kategorilendiriliyor.”, “Pole dance, bale ve jimnastik hareketlerinin birleştirilerek sergilendiği bir dans türüdür”.
Pole4. “Pole dansının sadece bir spor dalı olmadığını, aynı zamanda bir sanat formu, bir ifade biçimi olduğunu savunuyoruz.”
Pole5. “Bedenin ve ruhun özgürlüğünü keşfetme yolculuğu çıkaran bir sanat ve spor dalıdır.”, “Dikey bir direğin merkezinde dans ve akrobasi hareketlerini birleştirir.”
Pole6. “Pole dans demir bir direk ile beraber yapılan spor ve dansın harmanlandığı, akrobatik hareketler gerektiren bir dans türüdür. Disiplin ve özveri gerektiren bir dans türüdür.”, “Pole dansı tamamen farklı, uluslararası kuralları ve yarışmaları yapılan önemli bir akrobasi dansıdır. Bu dans için demir gerekse de dansın demirsiz yapılabilen yönleri de vardır.”
Pole7. “Direk dansı olarak da bilinen pole dansı dans ile akrobasiyi birleştirerek dikey bir direğin etrafında yapılan performans sanatıdır.”
Pole 8. “... bir egzersiz türüdür.”
Pole 9.“Direk dansı gücü, esnekliği ve zarafeti birleştiren bir tam vücut egzersizidir.”
Pole10.“Bu dans türü, dans ve akrobasiyi dikey bir direk yardımıyla birleştirir.”, “Uzun ve sağlam direklerden destek alınarak yapılan estetik görümlü koreografilerden oluşur. Bu dans türü, dans ve akrobasiyi dikey bir direk yardımıyla birleştirir.”
Pole11.“Pole Dans, metal bir direk üzerinde yapılan ve dönme, tırmanma gibi figürlere sahip olan modern bir dans türüdür. Aynı zamanda sportif bir dansır.”

Pole dans eğitimi veren işletmeler yalnızca bir ürün sunumunu gerçekleştirmekle kalmayıp aynı zamanda belirtilen önyargılarla mücadele etmek ve hizmetlerini yeniden konumlandırarak pole dansa toplumsal meşruiyet kazandırma çabasıındadırlar. İncelenen her

bir web sitesinde bir şekilde ürün tanıtımına odaklanıldığı ve geçmiş araştırmalarda (Allen, 2011; Kim & Kwon, 2019; Robinson, 2019) vurgulanan pole dansın toplum nezdindeki olumsuz algıyı yıkmaya yönelik girişimlerde bulunduğu görülmektedir. Pole1 ile pole12 hem cinsiyetçi yaklaşıma hem de önyargılara ilişkin bilgiler sunarken, pole3 ile pole8 sadece cinsiyetçi yaklaşım ve pole5, pole6 ile pole8 önyargılara ilişkin bilgilere web sitelerinde yer vermektedir. Diğer yandan pole1, pole3 ve pole8 sunmuş oldukları ürünü sadece kadınlara yönelik bir etkinlik olarak nitelendirirken, pole12 dans stüdyosunu, cinsiyet ayrımı olmadan her kesimden insanın icra edebileceği bir ürün olarak tanıtmaktadır. Toplumsal önyargılara ilişkin bilgi aktaran web siteleri birbirine oldukça benzer şekilde bu algının striptiz kulüpleri ve filmlerdeki erotik sahnelerden kaynaklı olduğunu öne sürmektedirler. Sonrasında pole dans web sitelerinde, kendi içerikleri ile tutarlı şekilde, pole dansın striptizden ayrı bir fenomen olduğuna ilişkin argümanlar sunulduğu görülmektedir. Bu kapsamda potansiyel müşterilerin pole dansa olan ilgilenimini arttırmak ve belirtilen olumsuz toplumsal algıyı değiştirmek amacıyla “insanlara yanıldıklarını gösterme” yaklaşımından (Koç, 2011) yararlanıldığı ifade edilebilir. Özellikle pole dansın tarihi kökenlere sahip bir “dans” ve/veya “spor” aktivitesi olduğu vurgulanarak insanların zihnindeki müstehcen bir aktivite olduğuna ilişkin bilgi ve algıların yanlış olduğu ifade edilmektedir. Ek olarak pole dansın her geçen gün daha fazla kişi tarafından tercih edilen bir “dans”, “spor” ve “egzersiz” aktivitesi olarak lanse edildiği görülmektedir. Leibenstein (1950), bireylerin ilişkilendirilmek istedikleri insanlara uyum sağlamak, modaaya uygun olmak, şık olmak ve/veya “diğerlerinden biri” gibi görünmek için bir ürün satın alma arzularını Bandwagon etkisi (sürü psikolojisi) olarak nitelendirmektedir. Bu durumda pole dans stüdyolarının sürü psikolojisi oluşturmak amacıyla “birçok kişinin tercih ettiği alternatif bir fitness etkinliği” olduğu, “insanların pole dans hakkında konuştuğu”, “ünlülerin pole dans dersleri aldığı” ve “Avrupa ile diğer ülkelerde bilindiği, hızla yayılmaya devam ettiği ve yarışmaları düzenlenen bir spor” mesajlarını ileterek potansiyel müşterileri etkileme eğiliminde olduğu ifade edilebilir.

Ürün tanıtımı ile ilgili pole dans stüdyolarının, öğrenme yöntemlerinden anlamlandırma stratejisini kullandıkları görülmektedir. Anlamlandırma, yeni bir bilginin olduğu gibi uzun süreli belleğe işlenmesi yerine anlamlı bir bütün olarak işlenmesidir (Çelikkaya, 2010). Bu kapsamda işletmelerin bilinen bir olgu üzerinden pole dansı potansiyel müşterilere anlamlandırma eğiliminde olduğu ifade edilebilir. Bir tür spor ve/veya sanat formu olarak aktarılmasının yanı sıra pole dansın, jimnastik, bale, fitness, akrobasi gibi görece daha fazla bilinen aktiviteler ile eşleştirildiği ve bu sayede bireylerin pole dansı imgelemelerine yardımcı olduğu ifade edilebilir. Anlamlandırma eğiliminde bireylerin zihninde olumlu çağrışımlar uyandıracak dans ve spor türleri ile eşleştirilmesi, pole dansın olumsuz çağrışımlara neden olabilecek (erotizm, striptiz gibi) olgulardan ayrılmak istendiği şeklinde yorumlanabilir.

Hizmetin Rolü ve Konumlandırılması Ana Teması

Bu ana temada işletmelerin web siteleri aracılığıyla pole dansı nasıl konumlandığı anlatılmaya çalışılmış ve hangi konumlandırma stratejilerinden yararlandıklarına dair örneklerle yer verilmiştir. Hizmetin rolü ve konumlandırılması ana teması altında katılımcı çeşitliliği ve kapsayıcılık, bedenle kurulan ilişki ve öznel deneyim ile duygusal ve kimliksel dönüşüm alt temaları belirlenmiştir. Ek olarak duygusal ve kimliksel dönüşüm alt temasına ait bedenle uzlaşma ve güçlenme, toplumsal normlara karşı dayanışma ve dayanıklılık ile

duygusal özgürlük ve özgüven olmak üzere üç kategori belirlenmiştir. Hizmetin rolü ve konumlandırılması ana temasına ilişkin detaylı aktarım tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Hizmetin rolü ve konumlandırılması ana temasına ait bulgular

Katılımcı Çeşitliliği ve Kapsayıcılık Alt Teması	
Pole1.	<i>"Zorlayıcı olmasına karşın her yaştan isteyen herkesin yapabileceği, spor geçmişine ihtiyaç duymayan, vücudunu şekillendirmek isteyen veya sadece eğlenmek isteyen herkesin tercih edebileceği bir dans"</i>
Pole5.	<i>"Başlangıç seviyesinden ileri düzeye kadar herkesin katılabileceği eğitim programları bulunuyor."</i>
Pole10.	<i>"Direk dansı çok geniş bir yaş grubuna hitap eder. 16 yaş ve üstü her birey direk dansı öğrenmek için uygun yaştadır."</i>
Pole11.	<i>"Herkes dans kursuna yazılabilir ve dansa olan tutkusunu açığa çıkarabilir."</i>
Bedenle Kurulan İlişki ve Öznel Deneyim Alt Teması	
Pole3.	<i>"Pole Dance ile bedenini esnetmek, kaslarını güçlendirmek isteyen herkesi bekliyoruz! Kendinizi Pole Dance ile bambaşka bir dünyada bulmaya var mısınız?", "Kendinizi Yeniden Keşfedeceksiniz! Cazibenin Dansı Pole Dance İle Tanışın", "Pole Dance kursu programımızı, bedenine esneklik kazandırmak isteyen, Pole Dance'a merak duyan ve öğrenmeyi arzulayan herkes için özel olarak hazırladık.", "Ayrıcalıklı bir hobiyeye sahip olurken...", "Dilediğiniz gün ve saatte, ihtiyaçlarınıza, beklentilerinize ve ilgi alanlarına göre kişiselleştirilmiş pole dance kurs programlarıyla uygulama ve pratik ağırlıklı, dans gecelerinden sahne şovlarına kadar renkli aktiviteler bulacağınız eğlenceli bir ortamda eğitim almanın tadını çıkarın."</i>
Pole4.	<i>"Eğitim programlarımız, en son trendleri ve teknikleri içerir, böylece her ders yeni bir keşifle doludur..., ile pole dansının sınırsız yaratıcılığını ve ifade gücünü deneyimleyeceksiniz.", "Kendini keşfetmek, güçlenmek ve dansın özgürleştirici gücüyle bağlantı kurmak isteyen herkes için bir davettir. Bu yolculukta size rehberlik etmek için buradayız, her adımda yanınızdayız. Burası, hayallerinizi gerçekleştirebileceğiniz, hedeflerinizi aşabileceğiniz ve dansın büyüyle kendinizi yeniden tanımlayabileceğiniz bir yer.", "Kendi hikayenizi yaratmak için bugün bize katılın.", Her bir hareketin, pozisyonun ve dönüşün, sizin kişisel yolculuğunuzda önemli bir adım olduğuna inanıyoruz. Bu yüzden, her dersimiz, sizin ihtiyaçlarınıza ve hedeflerinize göre özelleştirilmiştir."</i>
Pole5.	<i>"Bedenin Özgürlüğüne Yolculuk. Hem fiziksel hem de duygusal açıdan pek çok fayda sunan bu dans, bedenin özgürlüğüne doğru bir yolculuğa davet ediyor."</i>
Pole8.	<i>"Özel dersler sadece size özel bir eğitim programı sunar ve hedeflerinize daha hızlı bir şekilde ulaşmanıza yardımcı olur."</i>
Pole9.	<i>"Direk Dansının Güzelliğini ve Gücünü Keşfedin" "Özel atölye çalışmaları: uzman atölyelerimizde direk dansının şehvetli rutinlerinden akrobatik numaralarına kadar çeşitli yönlerini keşfedin."</i>
Pole11.	<i>"Eğer masa başı bir işiniz varsa vücudunuzun ihtiyaç duyduğu hareketten mahrum kalıyor demektir. Dans kursuna yazıldığınızda hem eğlenir hem de vücudunuzun ihtiyacı olan harekete kavuşmasını sağlarsınız", "Bedeninize esneklik kazandırmak istiyorsanız en faydalı dans türü olarak özel ders alabilirsiniz."</i>
Duygusal ve Kimliksel Dönüşüm Alt Teması	
Duygusal ve kimliksel dönüşüm alt temasının altında bedenle uzlaşma ve güçlenme, toplumsal normlara karşı dayanışma ve dayanıklılık ile duygusal özgürlük ve öz-güven kategorileri belirlenmiştir. Web sitelerinde pole dansın kişilerin duygusal ve kimliksel dönüşümlerine nasıl fayda sağladığının altı sık sık çizilmektedir. Web sitelerinde yer alan duygusal ve kimliksel dönüşüm ana temasına yönelik içerikler aşağıda sıralanmıştır.	
Bedenle Uzlaşma ve Güçlenme	Pole1. <i>"Oldukça zorlayıcı bir dans olan pole vücuttaki tüm kasları çalıştıran ve geliştiren bir spor...."</i>
	Pole2. <i>"Pole dansın bedensel olarak birçok faydası bulunmaktadır. Bunlar; kasların güçlenmesi, esnek bir vücut ve kuvvetli kaslar. Aslında; pole dansı kasları güçlendirmede en eğlenceli ve faydalı yollardan biridir.", "İnsanlar hızla kilo vermek adına da bu dansı yapmaktadırlar. Hem kilo vermek hem de eğlenmek isteyen insanlar pole dansı tercih etmektedirler. Kilo vermek isteyen kişiler, denemek için bile olsa pole dansı tercih ettiklerinde sadece 1 saatte 500-600 kalori yakmaktadırlar. Bu da kilo vermek isteyen bir kişi için son derece önemlidir."</i>
	Pole3. <i>"Kol ve bacak kaslarınızı güçlendirecek Pole Dance'ın yüksek efor ve antrenman gerektiren figürleri ile vücudunuzu sıkılaştırabilir, forma girebilirsiniz. Kol, bacak ve karın kaslarının çalışmasını sağlar, dinç ve esnek bir bedene kavuşturur."</i>

Toplumsal Normlara Karşı Dayanışma ve Dayanıklılık	Pole5. “Sadece bir dans türü olarak değil, aynı zamanda bedenın kuvvetini, esnekliğini ve estetiğini bir araya getiren bir sanat formu olarak da öne çıkıyor.”, “Pole dansı sadece estetik bir aktivite olmanın ötesine geçerek, sağlık ve fitness alanında da önemli faydalar sağlıyor. Bu dans türü, kardiyο ve direnç antrenmanının yanı sıra kas kuvvetini ve esnekliğini artırmaya yönelik bir egzersiz şekli olarak kabul ediliyor. Vücut koordinasyonunu geliştirirken, beden farkındalığını artırarak duruş ve dengeyi iyileştirebiliyor.”
	Pole7. “Tırmanışlar, ters duruşlar ve dönüşler gibi atletik hareketlere dayandığı için üst bedeninizin ve merkez kaslarınızın çok güçlü çalışması, çok ciddi ve disiplinli bir eğitim almayı gerektirir.”
	Pole8. “Pole dans, bedeninize meydan okuyan, aynı zamanda bedeninizi şekillendiren bir egzersiz şeklidir.”, “Pole dans, bedeninizi kuvvetlendirir ve esneklik kazandırır. Ayrıca, kardiyο egzersizi ile kombine edilerek, kalori yakımını hızlandırabilir.”
	Pole10. “Kişilerin kendi ağırlığıyla devamlı pratik yapması sayesinde vücudu forma sokmaya yardımcı olur. Kasları geliştirir, daha sıkı ve fit bir vücut elde edilmesini destekler. Özellikle de sıkça “core bölgesi” olarak adlandırılan, vücudun ağırlık merkezini içine alan, dengeniz ve postürünüz için belirleyici olan vücudun orta kısmını güçlendirir. Ayrıca, direk dansının doğası gereği ders öncelerinde yapılan egzersizlerle esneklik kazanabilir, daha elastik ve sağlıklı bir bedene sahip olabilirsiniz.”
	Pole11. “Dans ederken aynı anda bacak ve kol kaslarınızı güçlendirmiş olursunuz. Çalışırken yüksek derecede efor harcanır. Bu sayede forma girebilir ve vücudunuzu sıkılaştırabilirsiniz. Dans sırasında tüm kaslar çalışacağı için forma girmek konusunda yardımcı olur. Kan dolaşımını hızlandıran bir dans olarak vücuttaki toksin maddelerin atılmasını da hızlandırır.”
	Pole12. “Kişi kendi vücut ağırlığını kaldırarak daha dirençli ve kuvvetli olmak için pole dansı yapabilir. Tüm vücut kaslarını çalıştırmak, dayanıklı ve esnek bir insan olmak için Tüm vücut kaslarını çalıştırmak, dayanıklı ve esnek bir insan olmak için kadın ya da erkek fark etmeksizin siz de pole dansı öğrenebilirsiniz.”
	Pole3. “.....keyifli bir aktivite ile sosyalleşmek isteyen.....”
	Pole4. “.... Pole dans'ta topluluk ruhu ön plandadır. Paylaşılan deneyimler, destekleyici arkadaşlıklar ve birbirimizi yükseltme inancı, stüdyomuzun temel taşlarındandır.”
	Pole5. “.....pole dansıyla ilgilenenlerin bir araya geldiği topluluklar ve kulüpler, deneyimlerini paylaşmak, ilerlemek ve dansın keyfini birlikte çıkarmak için harika bir ortam sunuyor.”
	Pole8. “Derslerimiz sadece eğitim için değil, aynı zamanda kadınlar arasında sosyalleşmek için de harika bir fırsattır. Derslerimize katılan kadınlar birbirine destek olur ve birbirlerinden ilham alırlar.”
	Pole 9. “Stüdyomuzda çeşitliliği ve kapsayıcılığı kutluyoruz. Topluluğumuz, toplumun her kesiminden insanlardan oluşuyor ve herkesi kollarımızı açarak karşılıyoruz. Bize katılın ve direk dansına olan tutkunuzu paylaşan destekleyici bir arkadaş ağı bulacaksınız.”
	Pole11. “Grup derslerine yazılarak sizinle aynı ilgi alanına sahip olan insanlarla tanışabilir ve sosyalleşebilirsiniz. Sosyal sınıflara katılarak hobi edinebilirsiniz.”
Duyusal Özgürlük ve Özgüven	Pole2. “Bu dans meditasyon etkisi de göstermektedir.”
	Pole4. “Burada, pole dansının sadece fiziksel bir aktivite olmadığını, aynı zamanda ruhsal bir yolculuk olduğunu keşfedeceksiniz.”
	Pole5. “Pole dansı sadece fiziksel olarak değil, ruhsal olarak pek çok insanı etkiliyor. Özellikle özgüvenin artması, beden algısının pozitif yönde değişmesi ve kişisel ifade özgürlüğünün artması gibi ruhsal faydaları bulunuyor. Dans ederken ortaya çıkan özgürlük hissi ve stresi azaltma potansiyeli, bu sanat formunu tercih edenler arasında önemli bir motivasyon kaynağı olabiliyor.”
	Pole8. “Pole dans, klasik fitness egzersizlerinden farklıdır. Dans etmeye dayalı olduğu için, sadece fiziksel olarak değil, aynı zamanda ruhsal olarak da size fayda sağlayabilir. Zira dans ederek stresi azaltabilir, kendinize güveninizi artırabilirsiniz.”
	Pole9. “..... direk dansının sadece bir egzersiz türü olmadığına inanıyoruz; bu bir kendini keşfetme ve güçlendirme yolculuğudur.”
	Pole11. “İlk zamanlarda vücudunuz alışık olmadığı için birtakım morarmalar görülebilir fakat dansın verdiği keyif yanında bunları her öğrenci kabul eder. Dansa alıştıktan sonra ise direk üzerinde daha rahat hareket etmeye başlarsınız.”

Pazarlamanın genel prensiplerinden biri işletmeler arası rekabetin pazar yerinde değil, tüketicilerin zihninde gerçekleştiğidir. Bu nedenle işletmeler bilinçli bir şekilde konumlandırma stratejilerinden yararlanarak ürünleriyle ilgili tüketici zihnindeki imajlarını şekillendirme ve manipüle etme eğilimindedirler (Altunışık vd., 2016). Bu bağlamda pole

dans stüdyolarından pole1, pole5, pole10 ve pole11'in kendilerini tüketici özelliklerine ithafen katılımcı çeşitliliği ve kapsayıcılık açısından diğer stüdyolardan farklılaştırmak istediği ifade edilebilir. Belirtilen dans stüdyoları özellikle toplumun her kesiminden (ön şart - spor özgeçmişi gibi-, yaş grubu ve cinsiyet ayrımı olmaksızın) bireylerin pole dans aktivitesini gerçekleştirebileceklerini vurgulamaktadırlar. Bu durum ilgili işletmelerin sundukları ürünün kadın baskın karakterini geri planda bırakmaya çalıştıkları, ürünü toplum geneline yayma ve hedef pazarlarını genişletme eğiliminde oldukları şeklinde yorumlanabilir. Bunun gerçekleştirilebilmesi için pole dansın geniş bir yaş ve zevk yelpazesine hitap edecek şekilde yeniden tasarlanması ve/veya potansiyel müşteri isteklerine göre pole dans aktivitelerinin farklılaştırılması gerekmektedir.

Konumlandırma çabalarında pole dans stüdyolarının yarısının, bedenle kurulan ilişkiye ve öznel deneyime odaklandığı belirlenmiştir. Web sitelerinde yer alan *“ayrıcalıklı bir hobiye sahip olmak, pole dansın sınırsız yaratıcılığı, bedenin özgürlüğüne doğru bir yolculuk”* gibi ifadeler pole dans sonucunda müşterilerin elde edeceği öznel deneyimlere odaklanıldığını göstermektedir. Diğer yandan *“dansının güzelliğini ve gücünü keşfedin, vücudunuzun ihtiyacı olan harekete kavuşmasını sağlar, bedeni esnetmek ve kasları güçlendirmek, her ders yeni bir keşifle dolu”* gibi ifadeler ise bedenle kurulan ilişkiyi vurgulamaktadır. Nitekim bir işletmenin pazarlama stratejisinin temel hedeflerinden biri, hedef müşterileri arasında işletmenin ürünleri hakkında olumlu bir izlenim yaratmaktır (Horner & Swarbrooke, 2005; Kotler & Keller, 2011). Bu kapsamda stüdyoların pole dansı diğer rekreatif faaliyetlerden ayıran nitelik ve özellikleri ön plana çıkararak potansiyel müşterilerde bir değer algısı ve olumlu bir ürün konumu yaratma gayesinde oldukları şeklinde yorumlanabilir. Diğer bir ifade pole dansın tüketicilerin zihninde diğer rekreatif faaliyetlere göre daha iyi bir konumda olması amaçlanmaktadır.

Tüketici faydaları yaygın olarak kullanılan diğer bir konumlandırma stratejisi olarak görülmektedir. Tüketici faydaları stratejisinde genel olarak ürünün fonksiyonel (ürünün tüketiciye sağlayacağı kolaylık, rahatlık ve işlevsellik gibi) ve psikolojik (ürüne sahip olmanın verdiği aidiyet, sosyal imaj gibi) faydalarına odaklanılmaktadır (Altunışık vd., 2016). Mevcut çalışmada pole dansın kendine has özellikleri nedeniyle ürünün tüketiciye sağladığı faydalar duygusal ve kimliksel dönüşüm süreci olarak ele alınmıştır. Pole dans stüdyolarından sadece bir tanesi hiçbir fayda vurgusunda bulunmazken, dört tanesi yalnızca pole dansın bedensel uzlaşma ve güçlenme faydalarına web sitelerinde yer vermektedir. Bir stüdyo pole dansın bedensel ile toplumsal faydalarına; bir stüdyo bedensel ile duygusal faydalarına ve iki stüdyo da toplumsal ve duygusal faydalarına odaklanmaktadır. Son olarak üç stüdyonun ise tüm kategorilere ilişkin faydalara yer verdiği görülmektedir. Konumlandırma başarısı, bir ürünün hedef tüketicilerin zihninde rakip ürünlere göre net, belirgin ve arzu edilir bir yer işgal etmesini sağlamaktır (Horner & Swarbrooke, 2005; Kotler & Keller, 2011). Bu durumda bir ürünün alternatiflerine göre potansiyel müşterilere daha fazla değer sunması gerekmektedir. Pole dans stüdyolarının hem diğer rekreatif faaliyetlerden hem de rakip pole dans stüdyolarından kendi ürünlerini farklılaştırmak için tüketici faydaları stratejilerinden yararlandığı görülmektedir. Pole dans stüdyolarının yoğun olarak ürünün bedenle uzlaşma ve güçlenme faydalarına odaklandığı görülmektedir. Ancak son yıllarda toplumsal olarak bireylerin tüketim yoluyla benlik ve kimlik oluşturma eğiliminde oldukları bilinmektedir.

(Altunışık vd., 2016). Bu nedenle pole dansın toplumsal normlara karşı dayanışma ve dayanıklılık ile duygusal özgürlük ve özgüven faydaları üzerine daha fazla odaklanması rekabet avantajı oluşturulmasına imkân sağlayabilir.

Hizmetin Sunum Dinamikleri Ana Teması

Hizmetin sunum dinamikleri ana teması pole dans stüdyolarının kendilerini pazarlama yaklaşımları çerçevesinde katılımcılara sunduğu olanakları betimleyen bir temadır. İşletmeler, stüdyolarının özelliklerini ve eğitmen niteliklerini vurgulayarak, kendilerini diğer hizmet sunan işletmelerden farklılaştırmayı amaçlamaktadırlar. Bu ana temada eğitim mekânının özellikleri ile eğitmen niteliği ve katılımcı güvencesi alt temaları yer almaktadır. Hizmetin sunum dinamikleri ana temasına ilişkin detaylı aktarım tablo 4’te gösterilmiştir.

Tablo 4. Hizmetin sunum dinamikleri ana temasına ait bulgular

Eğitim Mekânının Özellikleri Alt Teması
Pole3. “... Eğitim salonlarımızın konforuna, araç gereç donanımına ve fiziki imkanlarımıza ve sosyal alan çeşitliliğine de dikkat ediyoruz.”, “Dersliklerimizin büyüklüğünden acil çıkışlara, ekipman ve eğitim gereçlerinden yangın merdivenlerine, deprem dayanıklılık raporlarından sosyal alanlara kadar MEB standartlarına uygun, güvenli bir binada, keyifli bir atmosferde...”, “Derslerimizi müzik ve ses sistemleri ile donatılmış, güvenli ve ferah sınıflarda işliyoruz.”
Pole 4. “Güvenlik her zaman önceliğimizdir, bu yüzden en yüksek standartlarda güvenlik ekipmanlarına ve pratiklerine sahibiz.”, “Stüdyomuz, sizi ilham almaya ve kendinizi ifade etmeye davet eden modern bir alandır. Yüksek tavanlar, geniş dans alanları ve en son teknolojiye sahip ekipmanlarımızla, her bir dansçının potansiyelini maksimuma çıkarmayı amaçlıyoruz.”, “... stüdyomuzda, kendinizi güvende ve desteklenmiş hissedeceksiniz.”
Pole8. “... bireylerin direk dansı dünyasını keşfedebilecekleri sıcak ve destekleyici bir alan sağlamaya adanmıştır.”
Pole11: “Geniş ve ferah salonlarda hızlı öğrenirsiniz. Hijyenik ortamın tamamen sağlandığı dans salonlarında kendinizi tamamen dansa vererek rahat bir şekilde eğitim alabilirsiniz.”
Eğitmen Niteliği ve Katılımcı Güvencesi Alt Teması
Pole3. “Her biri alanında uzman Türkiye’nin başarılı dansçıları arasında yer alan, ülkemizi dünyada temsil etmiş ünlü dansçılardan eğitim alma fırsatı...”, “15 yıllık deneyimle geliştirdiğimiz Türkiye’nin ilk ve tek bireysel farklılıkları esas alınarak hazırlanan pole dance eğitimi sistemimiz Avrupa standartlarında uygulama ağırlıklı bir programdır.”, “Eğitmenlerimizin deneyimine, eğitim içeriklerimizin yeterliliğine... dikkat ediyoruz.”
Pole4. “Profesyonel eğitmenlerimiz, sizinle birlikte çalışarak, her bir hareketin mükemmelliğini sağlar ve sizi yeni zirvelere taşır.”
Pole5. “Gerek profesyonel eğitmen kadrosu gerek güler yüzlü sıcak ortamı ile...”
Pole9. “Deneyimli eğitmenlerimiz yolculuğun her adımında size rehberlik edecektir.”
Pole11. “Alanında uzman olan eğitmenler tarafından ders aldığınızda kendinizi yeniden keşfetmiş olursunuz. Pole dansı kolay bir dans değildir ve muhakkak uzman bir eğitmen tarafından ders alınmalıdır.”

Pole dans stüdyolarından pole3, pole4, pole8 ve pole11 hizmet sunumu ile ilgili eğitim mekânının özelliklerine ilişkin bilgilere web sitelerinde yer verirken, pole3, pole4, pole5, pole9 ve pole11’in ise eğitmen niteliklerine ve katılım güvencesine ait bilgilere yer verdikleri belirlenmiştir. Diğer yandan altı stüdyonun web sitesinde hizmet sunumu ile ilgili herhangi bir bilgiye yer verilmediği belirlenmiştir. Ancak hizmetin sunum dinamikleri arasında, özellikle müşteriler tarafından gözlenebilen, hizmet ortamı, hizmeti sunan personel ve diğer müşteriler hizmet deneyiminin tecrübe edilmesinde rol oynayan kritik faktörler arasında değerlendirilmektedir (Nart, 2015). Diğer bir ifade ile hizmet alan tüketiciler hizmet sunum dinamiklerinin içerisinde yer almaktadırlar. Hizmet ortamı, hizmeti sunan personel ve diğer müşteriler onların hizmet deneyim algılarını doğrudan etkileyebilmektedir. Bu bağlamda araştırmaya konu olan pole dans stüdyoları web sitelerinde hizmet sunumu ile ilgili hiçbir

bilginin yer almaması, görece personel açısından sadece eğitmenlere odaklanılması ve diğer müşteriler ile ilgili potansiyel müşterilere herhangi bir bilgi aktarılmaması önemli bir eksiklik olarak değerlendirilebilir.

SONUÇ

Bu çalışmada, pole dans stüdyoları tarafından pole dansın nasıl konumlandırıldığı, hangi anlamlar yüklendiği ve potansiyel tüketicilere nasıl sunulduğu ortaya konmaya çalışılmıştır. Genel sonuçlar, pole dans stüdyoları web sitelerinin pazarlama iletişimi faaliyetleri açısından birbirine oldukça benzer bilgi içeriğine sahip olduğunu göstermektedir. Pole dans stüdyoları web sitelerinde çeşitli pazarlama iletişimi faaliyetlerinin kullanımı henüz başlangıç aşamasındadır. Sonuçlar, olumsuz bir imaja sahip olan bir ürünün yeniden konumlandırılmasında bir iletişim aracı olarak web sitesinin rolü hakkında literatüre katkıda bulunmaktadır.

Mevcut çalışma pole dans gibi kültürel olarak damgalı bir ürünün pazarlanmasında ortaya çıkan zorlukları yansıtmaktadır. Bu zorlukların üstesinden gelmek için işletmelerin, pole dansın gerçek doğası hakkında farkındalık yaratmak, sanatsal ve atletik yönlerini vurgulamak için çaba sarf ettiklerini ve toplumsal önyargılarla mücadele etmek zorunda olduklarını göstermektedir. Bu süreçte de pole dans hizmet sektörü Türkiye sınırları içerisinde gelişime açık bir aktivite türü olarak değerlendirilebilir. Başlangıçta müstehcen ve cinsellik ile ilişkilendirilen bu aktiviteyi, şimdilerde dans stüdyoları bir sanat formu, spor ve fitness bağlamında yeniden tanımlamaya ve konumlandırmaya çalışmakta ve daha geniş kitlelerin beğenisine sunmaktadırlar. Özellikle pole dans stüdyolarının ürün tanıtımı konusunda olumsuz toplumsal algıyı ortadan kaldırma gayretinde oldukları, pole dansı bir eğlence ve performans aracı olarak lanse etme eğiliminde oldukları görülmektedir. Aynı zamanda pole dansı toplumun her kesimine yayma girişimlerinden ve fiziksel, sosyal ve psikolojik açıdan insan sağlığı için faydalı bir egzersiz olarak kabul ettirme çabasından söz etmek mümkündür. Ancak bu çabaların yanı sıra bazı pole dans stüdyolarının web sitelerinde pole dansın cinsellik yönünü de benimsediklerini belirttikleri ve çeşitli pole dans stüdyolarının web sitelerinde çok fazla miktarda bilgi aktarmaya çalıştıkları görülmektedir. Bu durumlar sırasıyla kafa karıştıran (karışık) konumlandırma ve aşırı konumlandırma olarak adlandırılan konumlandırma hatalarıdır (Altunışık vd., 2016). Tüketicie aktarılabak iletişim mesajlarının kendi içerisinde tezat oluşturması ve/veya ürün hakkında aşırı bilgi aktarılması tüketici zihninde bulanıklıklara neden olabilir. İletilen mesajın net, belirgin olmaması ve potansiyel müşterilerin beklentilerini karşılamaması durumu, tüketicilerin ürüne karşı mesafeli durması ile sonuçlanacaktır. Ayrıca ilgili stüdyoların belli konumlandırma stratejileri (ürün nitelikleri, tüketici faydaları gibi) çerçevesinde hareket etmeleri pazarlama iletişimi faaliyetlerinin henüz başlangıç aşamasında olduğu şeklinde yorumlanabilir. Diğer konumlandırma ve farklılaşma stratejilerinden yararlanılması rekabet avantajı elde edilebilmesi açısından faydalı olabilir. Türkiye'de pole dansın gelişimi, toplumsal algının daha da olumlu yönde değişmesi ve bu etkinliğin yaygınlaşması ile yakından ilişkilidir. Bu bağlamda, pole dansın Türkiye spor kültürü içerisindeki yerinin daha iyi anlaşılması ve daha geniş kabul görmesi için yapılacak çalışmalar önem taşımaktadır.

SINIRLIKLAR VE ÖNERİLER

Mevcut çalışmanın bazı sınırlamalar çerçevesinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu çalışma, Google arama motorunda pole dans anahtar kelimesi ile 2024 yılı Nisan ayı içerisinde yapılan tarama sonucu belirlenen ve çalışmanın dahil etme kriterlerine uyan on iki işletmenin içerikleri ile sınırlıdır. Pole dans stüdyoları iletişim faaliyetleri için veriler yalnızca web sitelerine dayanmaktadır. Farklı pazarlama iletişim kanalları ile tüketicilere iletilmek istenen mesajlar bu çalışmanın dışında tutulmuştur. Ayrıca ilgili web sitelerin dinamik yapıları gereği içeriklerinin değişebilme potansiyeli vardır. Bununla birlikte, gelecek çalışmalar için bulguların genel geçerlilik kazanmasında, farklı bölgelerden daha fazla web sitesinin incelenmesi; diğer pazarlama iletişim çabalarına ilişkin verilerin toplanması ve pazarlama iletişimi kanallarının karşılaştırmalı içerik analizlerinin gerçekleştirilmesi önerilebilir. Diğer pazarlama iletişimi çabalarının değerlendirmeye alınması, web sitelerinin etkinliğinin belirlenmesine imkân sağlayacaktır. Mevcut çalışma bulguları tüketici algılarını yansıtmamaktadır. Nitekim konumlandırma, potansiyel müşterilerin ürünün rekabetçi tekliflere göre nasıl algıladığıyla ilgilidir (Kotler, 2000). Bu kapsamda gelecekte tüketicilerin pole dans stüdyolarına ilişkin duygu ve düşüncelerinin belirlenmesine yönelik nitel çalışmaların gerçekleştirilmesi, aktarılmak istenen ile tüketiciler tarafından algılanan arasındaki farklılıkların belirlenmesine imkân sağlayacaktır. Gelecekte mevcut bir pole dans stüdyosunun yeniden konumlandırılmasına ya da yeni açılan bir pole dans stüdyosunun konumlandırılmasına ilişkin temel pazarlama mesajlarının etkili bir şekilde iletilmesi ve stratejik olarak nasıl markalaştırılabileceğine ilişkin deneysel çalışmalar yürütülebilir. Bu kapsamda markalaşma süreçlerini yöneten girişimcilere yönelik pazarlama iletişimi rehberleri hazırlanabilir. Diğer bir öneri olarak web sitesi içeriklerine web kamerası tabanlı yazılımlar ve/veya göz izleme yönteminin entegre edilmesi önerilebilir. Göz izleme yöntemi, yalnızca web sitesi tasarımının işlevselliğine ilişkin teknik değerlendirmeler sunmakla kalmayıp aynı zamanda pole dans stüdyolarının dijital temsillerine yönelik toplumsal algı, dikkat dağılımı ve içerik anlamlandırma süreçlerini de daha derinlikli şekilde ortaya koymayı mümkün kılacaktır. Aynı zamanda kullanıcı deneyimini geliştirmek, web tasarımını optimize etmek, reklam yerleşimini değerlendirmek gibi birçok alanda da kullanılabilir. Bu nedenle, gelecekte yapılacak çalışmalarda göz izleme tekniklerinin nitel analizlerle birlikte kullanılması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Allen, K. L. (2011). *Poles apart? Women negotiating femininity and feminism in the fitness pole dancing class*. Tese (Doutorado em Filosofia). University of Nottingham, Nottingham.
- Altunışık, R., Özdemir, Ş. & Torlak, Ö. (2016). *Pazarlama ilkeleri ve yönetimi (2. Baskı)*. Beta.
- Alves, L. A. & Nóbrega, A. N. A. (2021). “But that’s because people don’t know what pole dancing is”: Contributions of evaluation to the discursive analysis of stigmas. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, 59, 2183-2208. <https://doi.org/10.1590/01031813829311620201106>
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Clow, K. E. & Baacki D. E. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective (7. Ed)*. Prentice Hall.
- Çelikkaya, T. (2010). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kullandıkları öğrenme stratejileri. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(3), 65-84.

- Dale, J. P. (2013). The future of pole dance. *Australasian Journal of Popular Culture*, 2(3), 381-396. https://doi.org/10.1386/ajpc.2.3.381_1
- Eskiler, E. & Altunışık, R. (2021). The moderating effect of involvement in the relationship between customer behavioral intentions and its antecedents. *Sage Open*, 11(2), 1-12. <https://doi.org/10.1177/2158244021101449>
- Griffiths, K. (2015). *Femininity, feminism and recreational pole dancing*. Routledge.
- Hanna, J. L. (2010). Dance and sexuality: Many moves. *Journal of Sex Research*, 47(2-3), 212-241. <http://dx.doi.org/10.1080/00224491003599744>
- Holland, S. (2010). *Pole dancing, empowerment and embodiment*. Springer.
- Horner, S. & Swarbrooke, J. (2005). *Leisure marketing a global perspective*. Elsevier.
- Just, S. N. & Muhr, S. L. (2020). Holding on to both ends of a pole: Empowering feminine sexuality and reclaiming feminist emancipation. *Gender, Work & Organization*, 27(1), 6-23. <https://doi.org/10.1111/gwao.12339>
- Kim, Y. & Kwon, S. Y. (2019). "I'm a poler, and proud of it": South Korean women's managed experiences in a stigmatized serious leisure activity. *Social Sciences*, 8(07), 199. <http://dx.doi.org/10.3390/socsci8070199>
- Koç, E. (2011). *Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri global ve yerel yaklaşım (3. Baskı)*. Seçkin.
- Kotler, P., & Keller, K. (2011). *Marketing management* (14nd ed.). Prentice Hall.
- Labuschagne, A. (2003). Qualitative research- Airy fairy or fundamental?, *The Qualitative Report*, 8(1), 100-103. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2003.1901>
- Leibenstein, H. (1950). Bandwagon, snob, and Veblen effects in the theory of consumers' demand. *The Quarterly Journal of Economics*, 64(2), 183-207. <https://doi.org/10.2307/1882692>
- Nart, S. (2015). *Günümüz ekonomilerinde hizmetlerin rolü ve önemi*. Altunışık, R. (Ed.) Hizmet pazarlaması ve stratejileri (1. Baskı). Beta Yayınevi.
- Oxtoby, K. (2022). Why I....pole dance. *BMJ*, 378. <https://doi.org/10.1136/bmj.o1816>
- Pfeiffer, J. L., Sowitzki, S. K., Schäfer, T. & Euteneuer, F. (2023). Effects of pole dance on mental wellbeing and the sexual self-concept a pilot randomized-controlled trial. *BMC Psychology*, 11(1), 274. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01322-z>
- Ries, A. & Trout, J. (2001). *The marketing classic positioning: How to be seen and heard in the overcrowded marketplace?*. McGraw-Hill.
- Robinson, B. A. (2019). A black feminist approach to recreational pole dancing. *UC Santa Barbara: Undergraduate Research and Creative Activities Journal*. <https://escholarship.org/uc/item/96r5r761>
- Rubicic, L. K. (2013). *The Branding of MissFit: Using market research to strategically brand a pole dancing fitness company in a way that helps reshape the public's perception of pole dancing*. A Senior Project presented to The Faculty of the Journalism Department California Polytechnic State University, San Luis Obispo.
- Sak, R., Şahin Sak, İ. T., Öneren Şendil, Ç., & Nas, E. (2021). Bir araştırma yöntemi olarak doküman analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-250. <http://doi.org/10.33400/kuje.843306>
- Santos, R. O. (2018). *Pole Dance: Dança ou esporte?* Bachelor's thesis, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brazil.
- Smith, A. C. T. (2008). *Introduction to sport marketing*. Elsevier Butterworth-Heinemann Publications.
- Sousa, J., & Oliveira, L. T. (2023). Pole dance: More than sport. An insight in portuguese reality. *Retos*, 47, 1046-1054. <http://dx.doi.org/10.47197/retos.v47.96021>
- Tiryaki, S. (2014). Kadın sporcu fotoğraflarıyla bedenın pazarla(n)ması. *Selçuk İletişim*, 8(2), 218-237. <https://doi.org/10.18094/si.88297>
- Trout, J. & Ries, A. (1972). *The positioning era cometh*. Reprint of a Three-Part Series in Advertising Age, Crain Publication.

Whitehead, K. & Kurz, T. (2009). Empowerment and the pole: A discursive investigation of the reinvention of pole dancing as a recreational activity. *Feminism & Psychology*, 19(2), 224-244. <http://doi.org/10.1177/0959353509102218>

Zhou, L., Chlebosz, K., Tower, J. & Morris, T. (2020). An exploratory study of motives for participation in extreme sports and physical activity. *Journal of Leisure Research*, 51(1), 56-76. <https://doi.org/10.1080/00222216.2019.1627175>

Katkı Oranı <i>Contribution Rate</i>	Katkıda Bulunanlar <i>Contributors</i>
Fikir ve Kavramsal Kurgu <i>Idea or Notion</i>	Gizem KARAKAŞ, Ersin ESKİLER, Sanem ALPAY
Araştırma Tasarımı <i>Research Design</i>	Gizem KARAKAŞ, Ersin ESKİLER, Sanem ALPAY
Literatür Tarama <i>Literature Review</i>	Gizem KARAKAŞ, Ersin ESKİLER, Sanem ALPAY
Veri Toplama <i>Data Collecting</i>	Sanem ALPAY
Verilerin Analizi <i>Data Analysis</i>	Gizem KARAKAŞ, Ersin ESKİLER
Tartışma ve Yorum <i>Discussion and Commentary</i>	Gizem KARAKAŞ, Ersin ESKİLER
Etik Kurul Beyanı/ <i>Statement of Ethics Committee</i>	
Bu araştırma, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Etik Kurulu'nun 13.09.2024 tarihli E-26428519-050.99-140759 sayılı kararı ile yürütülmüştür. <i>This research was conducted with the decision of Sakarya University of Applied Sciences Ethics Committee dated 13.09.2024 and numbered E-26428519-050.99-140759.</i>	
Çatışma Beyanı/ <i>Statement of Conflict</i>	
Araştırmacıların araştırma ile ilgili diğer kişi ve kurumlarla herhangi bir kişisel ve finansal çıkar çatışması yoktur. <i>Researchers do not have any personal or financial conflicts of interest with other people and institutions related to the research.</i>	
Destek ve Teşekkür Beyanı/ <i>Statement of Support and Acknowledgment</i>	
Bu çalışmanın yazım sürecinde katkı ve/veya destek alınmamıştır. <i>No contribution and/or support was received during the writing process of this study.</i>	



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