Journal of **S**ports for **A**ll and **R**ecreation

e-ISSN: 2687-6027

Araştırma Makalesi (Research Article)

Teknolojinin Gölgesinde Spor: Dijital Dikkat Dağınıklığının Etkileri

Sports in the Shadow of Technology: The Effects of Digital Distraction

Selda KOCAMAZ ADAŞ [1] Murat KALFA [2] Fatih ERIŞ [3] Mesut GÜLEŞCE [4]*

[1] İstanbul Aydın University, Faculty of Sport Science; İstanbul/Türkiye; seldaadas@aydin.edu.tr
[2] Gazi University, Faculty of Sport Science; Ankara/Türkiye; mkalfa@gazi.edu.tr
[3] Van Yüzüncü Yıl University, Faculty of Sport Science; Van/Türkiye; fatiheris@yyu.edu.tr
[4] Gazi University, Faculty of Sport Science, PhD Stundent; Ankara/Türkiye; mesutgulesce@gmail.com
* Correspondence: mesutgulesce@gmail.com

Check for Updates

Academic Editor: Enes Beltekin

Received: 13.11.2024
Accepted: 23.02.2025
Published: 30.03.2025

Citation: Kocamaz Adaş, S., Kalfa, M., Eriş, F., & Güleşce, M. (2025). Sports in the Shadow of Technology: The Effects of Digital Distraction, *Journal of Sport for All and Recreation*, *7*(1), 1-12.

https://doi.org/10.56639/jsar.1584277

Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Özet: Bu araştırmanın amacı, büyük müsabakalarında yer alan ve popülaritesi olan sporcuların müsabaka sırasında sosyal medyanın sporcuların dikkatini nasıl dağıttığını ve bu dikkat dağıtıcı unsurlarla nasıl başa çıktıklarını anlamaktır. Sosyal medyanın sporcular üzerindeki etkileri hem olumlu hem de olumsuz yönleriyle önemli bir araştırma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmada, büyük spor etkinliklerinde Türkiye'yi temsil eden 19 seçkin sporcu ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerde sporcuların sosyal medya kullanımı ve dikkat dağıtıcı unsurlarla başa çıkma yöntemleri incelenmiştir. Görüşme verileri tematik analiz yöntemiyle analiz edilmiş ve sosyal medyanın sporcular için beş ana dikkat dağıtıcı unsur olduğu belirlenmiştir: yanıtlama zorunluluğu, istenmeyen yorumlara maruz kalma, marka oluşturma ve sürdürme baskıları, rakip içerikleri ve ruh hali yönetimi. Sporcuların bu dikkat dağıtıcı unsurlarla başa çıkmak için iki temel strateji kullandıkları ortaya çıkmıştır: öz farkındalık geliştirme ve sosyal medyayı kapatma veya kontrolü başkasına devretme. Bu bulgular, sporcuların büyük spor etkinlikleri sırasında sosyal medya kullanımını daha bilinçli bir şekilde yönetmelerine yönelik stratejiler geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Sporcu, Dikkat Dağıtıcı Unsurlar

Abstract: The purpose of this study is to explore how social media affects the focus of popular athletes during high-stakes competitions and to understand the ways in which these athletes cope with social media distractions. The effects of social media on athletes, encompassing both positive and negative aspects, emerge as a significant area of research. In this study, semi-structured interviews were conducted with 19 elite athletes representing Turkey in major sports events. These interviews examined the athletes' social media usage and the strategies they employ to manage distractions. Through thematic analysis, five primary social media-related distractions were identified: the obligation to respond, exposure to unwanted comments, pressures related to brand building and maintenance, competitor content, and mood management. It was found that athletes employ two main strategies to cope with these distractions: developing self-awareness and either disconnecting from social media or delegating control to others. These findings underscore the need for strategies that help athletes manage their social media use more consciously during major sports events.

Keywords: Social media, Athlete, Distractions

1.Giriş

Son araştırmalar, sosyal medya kullanımının sporcular arasında düşük performans seviyelerine yol açabileceğini öne sürmektedir (Koçak ve Şimşek, 2023; Akarsu vd., 2024; Şimşek vd., 2023; Kolçak ve Çakır, 2022). Sosyal medyanın atletik performans üzerindeki etkisi, çeşitli platformlarda spor yöneticileri ve akademisyenler arasında tartışma konusu olmuştur. Sosyal medyanın sağladığı çevrimiçi görünürlük, hayranların sporculara erişimini artırmakta ve bazen istenmeyen yorumlara yol açabilmektedir. Örneğin, Türkiye Futbol Federasyonu (TFF), sporcuların sosyal medyada aldığı mesajların potansiyel bir dikkat dağıtıcı olabileceğini ve çevrimiçi zorbalık da dahil olmak üzere olumsuz halk geri bildirimlerinin sporcularda istenmeyen duygulara neden olabileceğini kabul etmiştir. Bu durum, sporcuların performansını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Sporcuların hayranları tarafından sosyal medya aracılığıyla sporculara gönderilen olumsuz mesajlar bir dikkat dağıtıcı kaynak olabileceği gibi, bazı sporcular sosyal medya kanallarına gönderilen olumlu pekiştirmelerin de performansı bozabileceğini belirtmişlerdir. 2021 yılında Türkiye'de futbolcu Ahmet Çalık bir maç sonrası sosyal medyada aldığı olumsuz yorumların performansını düşürdüğünü ifade etmiştir. Çalık maç öncesi aldığı olumlu ve teşvik edici yorumların, maç sırasında kendisinde aşırı güven oluşturduğunu ve bu nedenle performansında düşüş yaşadığını belirtmiştir. Bu örnek, sosyal medyanın sporcular üzerindeki çift yönlü etkisini açıkça göstermektedir. Sosyal medya, sporcuların hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilenebileceği bir platformdur ve bu etkiler, sporcuların performansını doğrudan etkileyebilmektedir (Bayköse ve Esin, 2019). Araştırmalar sporcuların sosyal medyayı kullanma nedenlerine odaklanmış, ancak sosyal medya kullanımının dikkat dağıtıcı unsurlar ve performans düşüklüğü ile bağlantısının ampirik olarak incelenmesi sınırlı kalmıştır (Filo vd., 2015). Filo ve diğerleri (2015) sosyal medya çalışmalarının

büyük ölçüde içerik analizi yöntemlerine dayandığını ve farklı veri toplama yaklaşımlarının, özellikle mülakatların, kullanılabileceğine dikkat çekmişlerdir. Bu bağlamda, sporcuların büyük spor etkinlikleri sırasında sosyal medyayı bir dikkat dağıtıcı olarak nasıl algıladıklarını dikkat-çatışma teorisi (DCT) perspektifinden incelemek için fırsatlar bulunmaktadır.

DCT dikkat dağıtıcı unsurların ve kesintilerin birincil bir görevin performansını nasıl etkileyebileceğini incelemek için bir çerçeve sunar (Baron, 1986). Bu çalışmada, büyük spor etkinliklerinde yarışmak sporcular için birincil görev olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu tür etkinlikler yüksek performans beklentileriyle birlikte gelir ve yüksek stres seviyeleri yaratır. Sonuç olarak, sporcular özellikle beklentiler karşılanmadığında genellikle taraftarlardan, medyadan ve yönetim organlarından hızlı yargılamalarla karşı karşıya kalırlar (Çetin, 2023)

DCT başkalarının varlığının dikkati dağıtabileceğini ve çatışmaya neden olabileceğini, bunun da artan uyarılma yoluyla performans bozulmalarına yol açabileceğini ileri sürer. Sosyal medya, çeşitli kullanıcı gruplarını dikkati dağıtma potansiyeli açısından incelenmiştir ancak büyük spor etkinlikleri sırasında sporcuların performansı üzerindeki etkileri daha az anlaşılmıştır. DCT'nin üç aşamalı modeli, başkalarının dikkat dağıtıcı olarak hareket ettiğini ve performansı bozabilecek dikkat çatışmaları yarattığını öne sürmektedir. Sporcular için sosyal medya bildirimleri ve mesajları, hayranlar, medya ve sponsorlarla etkileşimi kolaylaştırdıkları için dikkat dağıtıcı olarak hizmet eder (Encel vd., 2017). Ancak, en yüksek performansa odaklanmayı sürdüren sporcular daha başarılı olma eğilimindedir (Greenleaf vd., 2001).

DCT spor ve sosyal medyaya nadiren uygulanmış olsa da yeni teknolojilerin görev performansını nasıl etkilediğini incelemede etkili olduğu kanıtlanmıştır Teori, sosyal medya dikkat dağıtıcılarının sporcular üzerindeki etkisini incelemek için bir çerçeve sunduğu için bu araştırmayla ilgilidir. DCT, yüksek baskı ortamlarının hem içsel hem de dışsal dikkat dağıtıcılar yaratabileceğini ve potansiyel olarak dikkat çatışmalarına yol açabileceğini öne sürmektedir (Baron, 1986). Bu çalışma, sporcular tarafından büyük spor etkinlikleri sırasında dikkat dağıtıcı olarak algılanan sosyal medya unsurlarını ve kullandıkları başa çıkma yöntemlerini belirlemeyi amaçlamaktadır.

Sosyal Medyanın Sporcular Üzerindeki Etkileri: Geleneksel medya, elit sporcular arasında önemli bir dikkat dağıtıcı ve stres kaynağı (Çakır vd., 2023; Güleşce ve İlhan, 2024) olmuştur. Özellikle büyük spor etkinlikleri sırasında artan medya ilgisinin sporcuların odaklanmasını zorlaştırdığı ve performanslarını olumsuz etkilediği belirtilmektedir (Greenleaf vd., 2001; Noblet ve Gifford, 2002). Sosyal medyanın yükselişiyle birlikte, sporcular artık olumlu ve olumsuz geri bildirimlerle sürekli bir etkileşim halinde olduklarından, bu durum daha karmaşık bir hal almıştır. Türkiye'de yapılan araştırmalar, sosyal medya kullanımının, özellikle olumsuz yorumlar yoluyla, sporcuların motivasyonunu ve özgüvenini etkileyebileceğini göstermektedir (Güleşce vd., 2024). Dokuyucu (2024) sosyal medyanın, yarışmalardan önce, sırasında ve sonrasında ortaya çıkabilen eleştiriye sürekli erişim sağlayarak geleneksel medya stres faktörlerini artırdığını ve bu durumun potansiyel olarak performansı olumsuz etkileyebileceğini belirtmiştir. Sosyal medya ayrıca, hayal kırıklığına uğramış hayranların sporcuları alenen eleştirebildiği veya zorbalık yapabildiği bir çevrimiçi taciz ortamı yaratmaktadır (Farrington vd., 2014). Bu tür saldırılar arasında cinsiyetçi sözler, tehditler ve aşağılayıcı yorumlar yer almaktadır. Yapılan araştırmalar, özellikle üniversite sporcularına yönelik küçümseyici veya tehdit edici mesajlar aracılığıyla çevrimiçi saldırıların arttığını vurgulamaktadır (Sanderson ve Truax, 2014). Bu tür mesajlar, sporcuların eleştirilen alanlarda daha çok çalışmak zorunda hissetmesine ve aşırı düşünmesine yol açabilmektedir (Cengiz vd., 2022). Tacizin ötesinde, sosyal medya kullanımı ile ruh sağlığı sorunları arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar da mevcuttur ve özellikle ergenlerde sosyal medyanın ruh sağlığına etkisine dair Türkiye'de yapılan çalışmalar da benzer sonuçlar ortaya koymaktadır (Güney ve Taştepe, 2020; Kaygas vd., 2023).

Kapsamlı bir inceleme, Türkiye'deki çalışmaların çoğunun sosyal medyayı sporcular için bir tanıtım aracı (Akarsu vd., 2024; Atalı & Karacan, 2013; Berk ve Bayrak, 2019; Doğan vd., 2023; Kahveci vd., 2024) veya ticari iletişim kanalı olarak kullanmaya odaklandığını göstermektedir (Çavuşoğlu, 2011; Edin, 2016; Üçüncüoğlu ve Çavuşoğlu, 2021; Salman, 2024; Yavuz ve Semiz, 2022). Diğer tekil konular arasında siber zorbalık (Yücetürk ve Ağın, 2022), sosyal medya ve kültürel miras (Halaç ve Bademci, 2021), sağlıklı beslenme (Sargın ve Güleşce, 2022) ve sosyal medya ile uyku kalitesi (Koçak ve Şimşek, 2023) yer almaktadır. Bu çalışma, sosyal medyanın atletik performans üzerindeki etkisine yoğunlaşarak literatüre katkı sağlamakta ve bu konuda önemli ancak yeterince araştırılmamış bir alanı ele almaktadır. Son olarak, sporcuların bu dikkat dağıtıcı unsurları ele almak için kullandıkları uygulamalar analiz edilmiştir. Bu kapsamda, sosyal medya ve dikkat dağıtıcı unsurların yönetimi, sporcuların performansını optimize etmeleri açısından kritik bir rol oynamaktadır.

Bu doğrultuda çalışmanın temel araştırma sorusu aşağıdaki gibidir;

1.Büyük bir spor etkinliği sırasında sosyal medyanın hangi unsurlarını dikkat dağıtıcı olarak algılamaktasınız? Açıklayabilir misiniz?
2. Büyük bir spor etkinliği sırasında sosyal medyanın dikkat dağıtıcı unsurlarıyla başa çıkmak için hangi uygulamaları kullanmaktasınız? Açıklayabilir misiniz?

2.Yöntem

Araştırma Modeli: Bu araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel bir araştırma tasarımı, çeşitli nedenlerle tercih edilmiştir. Birinci olarak Auerbach ve Silverstein (2003) nitel araştırmayı fenomenlerle ilgili bilgi oluşturmanın ilk adımı olarak tanımlamışlardır. İkinci olarak nitel araştırma tasarımı sosyal medya dikkat dağıtıcılarıyla ilgili sporculardan daha derinlemesine

veri elde etme yeteneğini kolaylaştırmıştır (Tracy, 2013). Nitel araştırma desenlerinden fenomenoloji deseni kullanılmıştır. Fenomenoloji bilinç tarafından tecrübe edilen her şeyi analiz eden ve insanların bilinçleri ile içinde yaşadıkları dünyayı nasıl anlamlandırdığını inceleyen bir yaklaşımdır (Craib, 1992). Fenomenoloji deseninde amaç, belli bir olguyu (fenomeni) derinlemesine yaşayan kişilerin tecrübe ettiklerinin özünü anlamaktır (Creswell, 2020). Bu kapsamda büyük müsabakalarında yer alan ve popülaritesi olan sporcuların müsabaka sırasında sosyal medyanın sporcuların dikkatini nasıl dağıttığını ve bu dikkat dağıtıcı unsurlarla nasıl başa çıktıklarına ilişkin deneyimlerini nasıl anlamlandırdıklarını ortaya çıkarmak üzere Fenomenoloji deseni uygulanmıştır.

Araştırma Grubu: Çalışma grubu araştırmanın amacına hizmet edecek şekilde tasarlanmıştır. Amaçlı örnekleme türlerinden araştırmacının konu derinlemesine anlamlandırmasında, keşfetmesinde, iç görü kazanmasında ve anlamlandırması için uygun olarak (Patton, 2014) ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışma grubunda yer alacak katılımcılar, bir spor etkinliğinde (Türkiye Şampiyonası, Avrupa Şampiyonası veya Dünya Şampiyonaları) Türkiye'yi temsil eden sporculardan oluşması ve bu sporcuların en az bir yıl yer almış olması ölçüt olarak belirlenmiştir. Bu araştırmanın çalışma grubu ise en az bir yıl ile on yıldan fazla arasında değişiklik göstermektedir. Sporculara erişim, mevcut araştırmada pratik bir zorluk oluşturmuştur (Suri, 2011). Katılımcılar ulusal takım deneyimleri ve sosyal medya platformları aracılığıyla ulaşılabilirliklerine göre seçilmiştir. Bu nedenle, sporcuların seçiminde hem onların uluslararası temsil tecrübeleri hem de iletişim bilgilerinin bulunabilirliği dikkate alınmıştır. 19 sporcu, bir veya daha fazla sosyal medya platformunda (Ör. Instagram ve/veya Facebook) varlık göstermektedir. Bazı katılımcılar, spor hayatlarını sergilemek ve kişisel hayatlarında gizliliği korumak amacıyla sporcu profilleri için ayrı bir Facebook veya Instagram sayfası oluşturduklarını belirtmişlerdir. Instagram, örneklem arasında en popüler platform olup hem spor hem de kişisel içerikleri sergilemektedir. Instagram'daki takipçi sayıları yaklaşık olarak 430 ile 19.400 arasında değişmektedir. Katılımcılara onam formu iletilerek görüşmeye katılmayı kabul eden 19 elit sporcu araştırma grubunu oluşmuştur. Tablo 1 katılımcı demografilerine genel bir bakış sunmaktadır.

Verilerin Toplanması: Bu araştırmada veri toplama süreci, yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yoluyla gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, katılımcıların deneyimlerini ayrıntılı bir şekilde paylaşmalarını sağlamak amacıyla açık uçlu sorular çerçevesinde yürütülmüştür. Görüşmeler çevrimiçi veya yüz yüze formatta yapılmış olup, sporcuların müsabaka programları ve bireysel zaman kısıtlamaları göz önünde bulundurularak esnek bir planlama uygulanmıştır. Katılımcıların gönüllü olarak araştırmaya katılımlarını sağlamak için, görüşme öncesinde bilgilendirilmiş onam formları kendilerine iletilmiş ve araştırmanın amacı, yöntemi, veri kullanımı ve gizlilik ilkeleri hakkında detaylı bilgilendirme yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler dijital ses kayıt cihazları ile kaydedilmiş ve daha sonra yazılı transkriptlere dönüştürülmüştür. Katılımcı mahremiyetini korumak amacıyla görüşmelerde takma adlar kullanılmış ve kişisel bilgiler anonimleştirilmiştir.

Verilerin Analizi: Yorumlayıcı yapılandırmacı bir yaklaşım, araştırmacıların verilerde kalıp, tema ve bütünsel özellikleri aramalarını gerektirir. Bu bağlamda, görüşme transkriptleri ilk yazar tarafından tematik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Tematik analiz, özellikle spor araştırmalarında insanların davranışlarını ve görüşlerini anlamak için etkili bir yöntem olarak öne çıkmaktadır Analiz süreci; verilerle tanışma, başlangıç kodlarının oluşturulması, temaların aranması, gözden geçirilmesi, tanımlanması ve raporun hazırlanması aşamalarını içermektedir (Braun ve Clarke, 2006).

Veriler Microsoft Word ve Excel kullanılarak manuel olarak analiz edilmiştir. İlk aşamada, katılımcıların verdikleri yanıtlar tekrar tekrar okunarak veriye hâkim olunmuş ve Dual Coding Theory'den faydalanılarak başlangıç kodları belirlenmiştir. Bu teori, bilgilerin zihinsel olarak sözel ve görsel kavramlarla kodlanabileceğini öne sürer. Başlangıç kodları elektronik ortamda düzenlenmiş ve sıralama fonksiyonu ile gruplandırılmıştır. Kodlamanın ardından, temalar sporcuların doğrudan alıntıları ile desteklenerek gruplandırılmış ve potansiyel örtüşmeler gözden geçirilmiştir.

Tematik analiz sonucunda yedi ana tema belirlenmiştir: yanıt verme zorunluluğu, istenmeyen yorumlara maruz kalma, marka oluşturma ve sürdürme baskıları, rakip içerikleri, ruh hali yönetimi, öz farkındalık ihtiyacı ve sosyal medyadan uzaklaşma veya kontrolü devretme. İlk yazarın kodlamayı yapması dolayısıyla, yanlılığı en aza indirmek için refleksif bir yaklaşım benimsenmiş ve bu süreç, araştırma ekibiyle yapılan akran görüşmeleriyle desteklenmiştir (Morrow, 2005).

Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması: Görüşme formu hazırlanırken uzman görüşlerine başvurulmuş ve zengin betimlemelere yer verilmiştir. Aynı zamanda, akran görüşmeleri ile temalardan türetilen yorumların alternatif perspektiflerle değerlendirilmesi sağlanmıştır (Morrow, 2005). Akran görüşmeleri nitel araştırmalarda güvenilirliği artırmak için yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir (Arslan, 2022). Bu kapsamda, çalışma ekibinde yapılan tartışmalar, verilerin tarafsız ve derinlemesine yorumlanmasına katkı sağlamıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu süreçte, araştırma ekibi temalar hakkında detaylı sorular yönelterek üç tema başlığı ve iki tanımda netleştirme amacıyla küçük değişiklikler yapılmıştır. Araştırmanın bilimsel titizliğini artırmak için üye kontrolü yöntemi uygulanmıştır (Smith ve McGannon, 2018). Katılımcılara iki aşamada geri bildirim fırsatı sunulmuştur: İlk aşamada transkriptlerin bir kopyası gönderilmiş, ikinci aşamada araştırmacının başlangıç yorumlarının özeti iletilmiştir. Katılımcılardan, bu özetin deneyimlerini doğru yansıtıp yansıtmadığı konusunda geri bildirim istenmiştir Özet üzerinde herhangi bir değişiklik talebi alınmamıştır. Bu yöntem, nitel araştırmalarda güvenilirliği sağlamak için yaygın olarak kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013; Balcı, 2018).

Araştırmanın Etiği: Araştırma süreci yayın etiği kapsamına uygun yürütülmüştür. Çalışmanın gerçekleştirilmesi için Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimleri Yayın Etik Komisyonu'ndan 07/11/2024 tarihinde 2024/23 oturum sayılı 23 no'lu karar sayısı ile etik kurul izni alınmıştır.

3.Bulgular

Sporcular üzerinde büyük spor etkinlikleri sırasında sosyal medya dikkat dağıtıcılarının etkisini ve bu kesintileri yönetme yöntemlerini inceleyen bu araştırmanın bağlamında, analitik süreç başlangıçta katılımcıların demografik özelliklerini sunmaya odaklanmaktadır (Bkz. Tablo 1). Bunu takiben analiz, alt temalar ve örnek yanıtlar aracılığıyla sistematik olarak ayrıntılı olarak açıklanan çeşitli ortaya çıkan temaları tasvir etmektedir (Bkz. Tablo 2).

Tablo 1 katılımcıların demografik bilgilerini ve spor türlerini içermektedir. Katılımcıların cinsiyet dağılımına bakıldığında, kadın sporcuların (11 kişi) erkeklerden (8 kişi) daha fazla olduğu, kadınların toplam katılımcıların %57,9'unu, erkeklerin ise %42,1'ini oluşturduğu görülmektedir. Bu dağılım, sporcu örnekleminin cinsiyet dengesi açısından nispeten eşit olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların yaşı 18 ile 34 arasında değişmekte olup, yaş ortalaması 25.8'dir. Bu çeşitlilik, genç ve olgun sporcuların görüşlerini kapsayan geniş bir demografik yapı sunmaktadır.

Katılımcıların spor türleri açısından dağılımı da çeşitlilik göstermektedir. Futbol, basketbol ve voleybol gibi takım sporlarının yanı sıra yüzme, tenis ve atletizm gibi bireysel sporlar; ayrıca karate, judo, boks gibi dövüş sporları ile yelken, kürek ve bisiklet gibi açık hava sporları da temsil edilmektedir. Bu çeşitlilik, araştırmanın farklı spor dallarında sosyal medya kaynaklı dikkat dağıtıcı unsurların etkilerini karşılaştırmalı olarak incelemesine olanak tanımaktadır.

Araştırma sonucu katılımcılardan almış olunan cevaplar doğrultusunda bu cevaplar yedi tema altında toplandığı görülmektedir. (Bkz. Tablo 2). Bu temalar yanıt verme zorunluluğu, istenmeyen yorumlara maruz kalma, bir sporcu markası oluşturma ve sürdürme baskısı, rakip içerikleri ve ruh hali yönetimi alt temalar sosyal medyanın dikkat dağıtıcı unsurları başlığı adı altında temel başlık adı altında yer alırken, farkındalık ihtiyacı ve sosyal medyayı kontrollü devretme veya kapatma dikkat dağıtıcı unsurlarla başa çıkma başlığı adı altında toplanmıştır.

Tablo 1. Katılımcıların Tanımlayıcı Bilgileri *(n=19)*

Sıra numara	Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Spor Türü
1	K1	Kadın	34	Futbol
2	K2	Erkek	27	Basketbol
3	K3	Kadın	18	Voleybol
4	K4	Erkek	19	Hentbol
5	K5	Kadın	31	Yüzme
6	K6	Erkek	27	Tenis
7	K7	Kadın	25	Atletizm
8	K8	Kadın	20	Güreş
9	K9	Kadın	24	Masa Tenisi
10	K10	Kadın	30	Karate
11	K11	Erkek	27	Judo
12	K12	Erkek	33	Boks
13	K13	Erkek	20	Kürek
14	K14	Kadın	26	Yelken
15	K15	Kadın	21	Badminton
16	K16	Erkek	28	Eskrim
17	K17	Kadın	22	Jimnastik
18	K18	Erkek	29	Okçuluk
19	K19	Kadın	23	Bisiklet

Sosyal medyanın Dikkat dağıtıcı unsurları

Bir etkinlik sırasında sporcuların sosyal medyada dikkatlerini dağıtan unsurlarla ilgili olarak yapılan ilk araştırma sorusu çerçevesinde beş tema ortaya çıkmıştır: yanıtlama zorunluluğu, istenmeyen yorumlara karşı duyarlılık, marka oluşturma ve sürdürme baskıları, rakip içerikler ve duygu yönetimi. Bu temalar, sosyal medyanın dikkat dağıtıcı unsurlarının her zaman olumsuz olmadığını ortaya koymaktadır.

Yanıtlama Zorunluluğu

Bu tema, sporcuların gelen mesaj akınına yanıt verme zorunluluğunu hissetmeleri olarak tanımlanmıştır. Sporcular genellikle olumlu mesajlar aldıklarını, ancak zaman zaman olumsuz yorumlar veya mesajlar da aldıklarını bildirmiştir. Tema, sporcuları hem kişisel hem de profesyonel düzeyde etkileyerek, bazı sporcuların tüm mesajlara yanıt veremediklerinde suçluluk duygusu yaşadıklarını ortaya koymaktadır. Ayrıca, sporcular olumlu yorum ve mesajları takdir ettiklerini, ancak büyük bir spor etkinliği sırasında aldıkları mesajların sayısının, alışık oldukları miktarla kıyaslandığında yönetilmesinin zor olduğunu belirtmişlerdir. Olumlu mesajlar sporculara destek hissettirmiş, ancak bazıları tüm mesajlara yanıt vermenin zor olduğunu vurgulamıştır. Rümeysa deneyimini şu şekilde açıklamıştır:

> *"Özellikle biri bana özelden mesaj attığında, genelde cevap bekliyorlar gibi hissediyorum. Yorum yaptıklarında, pek de cevap beklemiyorlar ama özel mesajlarda gerçekten bir yanıt beklediklerini düşünüyorum. Bu, bence en zor kısmı, çünkü bize vakit*

ayırıp desteklerini gösteriyorlar ve eğer cevap vermezsem kaba davrandığımı hissediyorum."

Merve, sosyal medya üzerinden gönderilen iyi şans veya destekleyici mesajlara yanıt verme zorunluluğunu hissetmesi konusundaki mücadelesini şu şekilde dile getirmiştir:

"Bazen dönüp cevap vermeye vakit bulamıyorsunuz ve 'Acaba cevap vermeli miyim, vermemeli miyim?' diye düşünüyorsunuz. Gelen tüm mesajlara kesinlikle cevap vermedim çünkü hepsini okuyup tek tek yanıtlayacak zamanım yok, çok fazla mesaj var. Ama bu güzel bir şey. Yani, motive edici."

Hilal ise, mesajlara yanıt vermeden önce etkinliğe odaklanmanın önemini şu şekilde vurgulamıştır:

"Boş bir anımız olduğunda, mesela ben ve arkadaşım otobüsteyken, 'Şimdi bazı mesajlara cevap versek iyi olur' diye düşündük."

Bu bağlamda, sosyal medyanın yanıtlama zorunluluğu teması, sporcuların sosyal medyadaki etkileşimleri yönetme konusunda yaşadıkları zorlukları ve bu etkileşimlerin etkinlikler sırasındaki odaklanma süreçlerine nasıl etki edebileceğini ortaya koymaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların vermiş Oldukları Cevaplara İlişkin Tema, Alt Tema ve Örnek Cevap

	Temalar	Alt tema	Örnek cevap
Dikkat Dağıtıcı Unsurları Ele Alma Uygulamal	Farkındalık İhtiyacı	Sporcular, sosyal medyanın kendilerini nasıl etkilediğinin farkında olurlar ve buna göre hareket ederler.	Sosyal medyanın beni nasıl etkilediğini biliyorum ve buna göre önceliklerimi belirliyorum. Ne zaman çevrimdışı olmam gerektiğini biliyorum.
	Kontrolü Devretme veya Kapatma	Sporcular, belirli bir süre boyunca (örneğin, yarışma sırasında) sosyal medyadan uzak durur veya hesaplarını başka birine devrederler.	Kendi adıma, etkinlikler sırasında sosyal medya hesaplarımı kapatmak veya bir başkasına devretmek bana iyi geliyor.
Sosyal medyanın Dikkat dağıtıcı unsurları	Ruh Hali Yönetimi	Sporcular, etkinlik sırasında sosyal medyadan kaçış veya rahatlama ararlar.	Sosyal medyadan uzak durmak, kafamı dinlemek için bana zaman tanıyor. Bu, dikkati dağıtmayı önlüyor ve gerçekten iyi geliyor
	Bir Sporcu Markası Oluşturma ve Sürdürme Baskısı	Sosyal medyada bir marka yaratma ve sürdürme algısı zaman alıcıdır ve etkinliğe odaklanmayı zorlaştırır.	Sosyal medyada markamı yaratmak ve sürdürmek gerçekten çok zaman alıyor. Etkinliğe odaklanmamı engelliyor.
	İstenmeyen Yorumlara Maruz Kalma	Sosyal medya, takipçilerin sporculara düşmanca mesajlar göndermesi için bir alan sağlar.	Genellikle insanlar bana kötü şeyler söylemeye çalışıyor. Bunu görmek hoş değil ve seni strese sokuyor. Kafanı karıştırıyor.
	Yanıt Verme Zorunluluğu	Sporcular, mesaj yağmuruna tutulduklarında yanıt verme zorunluluğu hissederler.	Bazen yanıt verecek vaktin olmuyor ama belki de vermeliyim diye hissediyorum. Gelen mesajları okumamış olabilirim ama bu baskı gerçekten zorlayıcı.
	Rakip İçeriği	Bazı sporcular, rakiplerinin sosyal medyadaki paylaşımlarını görerek hazırlıklarını yeniden değerlendirirler.	Rakiplerimin ne yaptığını görünce, ben de aynısını yapmalı mıyım diye düşünüyorum ve bu beni endişelendiriyor.

İstenmeyen Yorumlara Karşı Duyarlılık

Destekleyici mesajlara yanıt verme zorunluluğunun aksine, bazı sporcular istenmeyen yorumlar aldıklarını da ifade etmişlerdir. Bu tema, sosyal medyanın, takipçilerin sporculara olumsuz veya eleştirel mesajlar göndermeleri için bir mecra oluşturması olarak tanımlanmıştır. Sporcular, istenmeyen yorumların arandığında bulunmasının zor olmadığını açıklamışlardır. Ancak, bu tür içerikleri aramaktan kaçınmanın, istenmeyen duygular geliştirmemek adına önemli olduğunu vurgulamışlardır. Bu bulgunun sporcuları daha çok kişisel düzeyde etkilediği, ancak uygun şekilde yönetilmezse profesyonel olarak da etkileyebileceği öne sürülmüştür. Tema hem etkinlik zamanları hem de etkinlik dışı zamanlar için geçerli olmakla birlikte, sporcular etkinlikler sırasında kendilerine verilen ekstra dikkat nedeniyle istenmeyen yorumlara daha duyarlı olduklarını belirtmişlerdir. Mesut, zaten stresliyken olumsuz yorumları görmenin kendi yetenekleri ve performansları hakkında daha fazla şüpheye yol açabileceğini şu sözlerle vurgulamıştır:

"Genelde bu tür şeyler beni rahatsız etmiyor ve insanların beni trollemeye çalışmasından eğleniyorum, çünkü bunu komik buluyorum. Ancak, ekstra stresli olduğunuzda böyle şeyleri okumak istemiyorsunuz. Kafanıza şüphe düşürüyor... Bazı insanlar gerçekten bu durumdan rahatsız oluyor."

Muhlis, nadiren olumsuz yorumlar almasına rağmen, takipçilerden gelen hoş olmayan mesajların strese eklenebileceğini ve istenmeyen duyguları besleyebileceğini vurgulamıştır. Bunu şu sözlerle açıklamıştır:

"Eğer başka bir nedenle kendimi zaten kötü hissediyorsam ve o yorum geldiğinde, bunu görmezden gelmek o kadar kolay olmayabilir. Ayrıca, yarışmadan hemen önce mi yoksa bir gece önce mi gördüğüme bağlı olarak etkisi değişebilir. Bir gece önce görürsem, durumu değerlendirmek ve gerektiği gibi tepki vermek için zamanım olur. Ancak, tırmanıştan yarım saat önce görürsem, bu durum tamamen farklı olurdu."

Bu bağlamda, istenmeyen yorumlara karşı duyarlılık teması, sporcuların sosyal medyada karşılaştıkları olumsuz etkileşimlerin yönetilmesi ve bu etkileşimlerin kişisel ve profesyonel yaşamlarına olan etkilerini ortaya koymaktadır.

Bir Sporcu Markası Oluşturma ve Sürdürme Baskısı: Üçüncü unsur olarak, sporcuların bir marka oluşturma ve sürdürme baskısı

hissettikleri ortaya çıkmıştır. Bu tema, sosyal medya aracılığıyla bir marka yaratmanın zaman alıcı olduğu ve sporcuların etkinliğe odaklanmalarını engelleyebileceği algısı olarak tanımlanmıştır. Marka oluşturma baskıları, sporcuları hem kişisel hem de profesyonel düzeyde etkilemektedir. Birçok sporcu tam maaş alamadığı için, sponsorluklar elde etmek, sporla olan ilgilerini sürdürmek için yaşam masraflarını karşılamalarına yardımcı olmaktadır. Büyük spor etkinlikleri, sporculara sporlarına sağlanan ek medya kapsamından faydalanma fırsatı sunmaktadır. Bu ekstra medya ve izleyici ilgisi, sponsorların aldıkları görünürlüğü artırma fırsatı da sunabilir, bu da sporcuların sözleşme gerekliliklerini yerine getirmek için belirli bir miktarda içerik paylaşma baskısı hissetmelerine neden olabilir. Ancak, Rıdvan, sporcuların marka beklentilerini dengelemelerinin ve önemli anlarda bunun kontrolünü kaybetmemelerinin önemini vurgulamıştır:

> *"Evet, marka yönetimi ve diğer gereksinimleri karşılamak önemli, ama bunların hayatını fazla ele geçirmesine izin vermemek lazım. Özellikle yarışırken, bu tür şeyleri fazla dert edersen, yarışını mahvedebilir."*

Zaman kısıtlamalarının yanı sıra, bazı sporcular markalarına fazla yatırım yapabilirler ve yarışmaya odaklanmak yerine markalarını yönetmeye çalışabilirler. Hilal, bazı sporcuların yarışma sırasında markalarını yönetme konusunda zorlandıklarını şu sözlerle ifade etmiştir:

> *"Yarıştıklarında, ne yapmalıyım ve nasıl görünmeliyim gibi konularda kafaları karışıyor. Halbuki sadece yarışıp sonuçların kendileri adına konuşmasını sağlamaları gerekiyor."*

Bu bağlamda, bir sporcu markası oluşturma ve sürdürme baskısı teması, sporcuların sosyal medyada markalarını yönetme konusundaki zorluklarını ve bu baskıların etkinlikler sırasındaki odaklanma süreçlerine olan etkilerini ortaya koymaktadır.

Rakip İçerikleri

Sosyal medyanın dikkat dağıtıcı unsurlarından dördüncüsü, rakip içerikleri olarak bildirilmiştir. Bu tema, sporcuların sosyal medyada rakiplerinin paylaşımlarını görmeleri ve etkinliğe hazırlık süreçlerini sorgulamaları olarak tanımlanmıştır. Birçok sporcu, rakipleriyle arkadaş olduklarını ve etkinlik dışı zamanlarda onların içeriklerini görmekten ve onlarla etkileşimde bulunmaktan keyif aldıklarını belirtmiştir. Ancak, rakip içerikleri sporcuları profesyonel düzeyde etkilemiş ve bazıları, büyük bir spor etkinliğinde yarışırken rakiplerinin içeriklerinin kendi hazırlıklarını veya yeteneklerini sorgulamalarına neden olabileceğini ifade etmiştir. Bahar, rakip içeriklerinin dikkat dağıtıcı olabileceğini ve sporcuların kendilerine odaklanmak yerine rakiplerini düşünmelerine yol açabileceğini öne sürmüştür. Şöyle demiştir: "Örneğin, bir rakibin bir şey paylaştığını görürseniz, yarışınızı düşünmek yerine onların ne yapacağını düşünerek dikkatiniz dağılabilir."

Muhlis, rakiplerinin sosyal medyadaki içeriklerini gördüğünde yaşadığı deneyimi şu şekilde anlatmıştır:

> *"En etkili olan şey, diğer sporcuların sosyal medyada ne paylaştıklarını görmek. Dikkat dağıtıcı olup olmadığını bilmiyorum ama performansı en çok etkileyen bu. Mesela, en yakın rakiplerimden biri İstanbul 'da ve ben İstanbul'da yaşamadığım için onun sahip olduğu aynı imkânlara erişimim yok. O da yaptığı işleri gösteren videolar ve fotoğraflar paylaşıyor ve ben bunları görünce sürekli kendimi sorguluyorum: 'Doğru şeyleri mi yapıyorum? Onun yaptığı şeyleri mi yapmalıyım? Ona göre nasıl görünüyorum? O benden biraz daha güçlü mü?' gibi düşünceler aklıma geliyor.*

Bu arada, Mesut, rakip içeriklerinin tüm sporcuları etkilemeyebileceğini ve daha tecrübeli sporcuların sosyal medyanın rekabeti sarsmak için kullanılabileceğini anladıklarını belirtmiştir:

> *"Onların ne yaptıklarını takdir edebilir, ama bu konuda endişelenmeyebilirsiniz. Bu, pratik, deneyim ve biraz olgunlukla gelir, ama daha genç sporcular için kesinlikle zorlayıcı olabilir. Bu yüzden ben de bazı şeyler paylaşıyorum. Sosyal medyanın nasıl çalıştığını anlamak ve rakiplerin en iyi şeylerini gösterip diğerlerini psikolojik olarak etkilemeye çalıştıklarını bilmek önemli."*

Bu bağlamda, rakip içerikleri teması, sporcuların sosyal medyada rakipleriyle etkileşimlerinde yaşadıkları zorlukları ve bu etkileşimlerin etkinlikler sırasındaki odaklanma süreçlerine olan etkilerini ortaya koymaktadır.

Ruh Hali Yönetimi

Son olarak, sporcuların bildirdiği bir diğer unsur ruh hali yönetimidir. Bu tema, sporcuların bir etkinlik sırasında sosyal medya aracılığıyla spor veya rekabetten uzaklaşmak için bir dikkat dağıtıcı veya rahatlama arayışı olarak tanımlanmıştır. Sporcular, sosyal medyanın etkinliklerin baskılarından bir kaçış sağladığını ve ruh hallerini yönetmenin bir yolu olduğunu ifade etmişlerdir, bu da büyük spor etkinlikleri sırasında sosyal medyanın dikkat dağıtıcı unsurlarının her zaman olumsuz olmadığını göstermektedir. Araştırmanın mevcut bağlamı, spor etkinliklerinin sporculara sunduğu rekabetçi ortam nedeniyle bu bulguyu etkilemiş olabilir. Tema, sosyal medyanın sporcuları kişisel düzeyde nasıl etkileyebileceğini ve bunun profesyonel yaşamlarına nasıl yansıyabileceğini vurgulamaktadır. Ruh hali yönetimi, genellikle sosyal medya haber akışlarının genel olarak kaydırılması yoluyla yapılmaktadır (yani, sporcular belirli bir bilgi arayışında değillerdir). Sosyal medyayı rekabet baskılarından bir kaçış olarak kullanmak, genellikle takipçiler tarafından yapılan yorumlara yanıt vermeyi içermemektedir. Özlem, sosyal medyayı ruh hali yönetimi için kullanma konusundaki hislerini şu şekilde ifade etmiştir:

> *"Bu bana biraz rahatlama ve rekabeti düşünmeme fırsatı veriyor. Bazen dikkatinizin dağılması gerçekten iyi bir şey olabilir. Nergis, Özlem'in duygularını destekleyerek, etkinliği sırasında sosyal medyayı özellikle bir dikkat dağıtıcı olarak kullandığını*

söylemiştir. Yaklaşan bir maçla ilgili sinirlerini yatıştırmak için platformları kullanmanın bir yolunu şöyle açıklamıştır:

"Bence sosyal medyayı bir dikkat dağıtıcı olarak kullandığım zamanlar oldu. Mesela, maç günüydü ve biz geceye kadar oynamayacaktık ve bu önemli bir maçtı. Maçı ve stresi düşünmemek için, sosyal medyada çok vakit geçiririrdim, kendimi uzaklaştırmak için."

Bu bulgu, sosyal medyanın dikkat dağıtıcı unsurlarının hepsinin olumsuz olmadığını, platformların sporculara rekabet baskılarından istenen bir kaçış sağlayabileceğini göstermektedir. Sporcuların dikkat dağıtıcı unsurlar olarak algıladığı sosyal medya unsurlarının yanı sıra, mevcut araştırma, sporcuların bu dikkat dağıtıcı unsurları ele almak için kullandıkları uygulamaları da incelemiştir.

Dikkat Dağıtıcı Unsurları Ele Alma Uygulamaları: Sporcular, dikkat dağıtıcı unsurları ele almak için çeşitli yollar bildirmişlerdir. İki tema belirgin olmuştur: öz farkındalık ihtiyacı ile kapatma ve kontrolü devretme. Bu iki tema, aşağıdaki bölümlerde sunulmuştur. Bu uygulamalar, sosyal medya kullanımında yaşanan olumsuz dikkat dağıtıcı unsurları ele almak amacıyla öncelikle uygulanmıştır.

Farkındalık İhtiyacı

Sosyal medya dikkat dağıtıcılarını ele almak için kullanılan ilk uygulama, öz farkındalık ihtiyacıdır. Bu tema, sporcuların sosyal medyanın kendilerini nasıl etkilediğinin farkında olmaları, etkilerini en aza indirmek için neyin işe yaradığını keşfetmeleri ve faaliyetleri önceliklendirmeleri olarak tanımlanmıştır. Sporcular hem kişisel hem de profesyonel endişelerini ele almak için sosyal medya kullanımının çoğu alanında bu uygulamayı vurgulamışlardır. Örneğin, bir sporcu, kendisine yöneltilen istenmeyen veya olumsuz içerik miktarından veya hazırlıklarını ve yeteneklerini sorgulamasından etkilenmeye başladığını fark ederse, olumsuz sonuçları en aza indirmek için başka uygulamalara başvurabilir. Muhlis, sosyal medya dikkat dağıtıcılarıyla ilgili deneyimini, kullanımının hazırlığını veya performansını etkileyebileceğini fark ettiğinde gerekli değişiklikleri yapabildiğini belirterek şu şekilde açıklamıştır:

"Evet, yarattığı etki açısından kesinlikle etkili. Bunu fark etmek için bir düzeyde öz farkındalık gerekiyor ve nasıl başa çıkılacağını bilmek için öz düzenleme önemli. Performansımı veya hazırlığımı gerçekten etkilediğinde, bu şekilde etkileşimde bulunmamayı seçmek, belki sosyal medyayı tamamen kapatmak veya başka bir şey yapmam gerekebilir."

Kemal, sosyal medya konusunda fazla dikkat dağıtıcı unsur yaşamadığını belirtmiş, ancak diğer sporcuların neyin işe yaradığını denemeleri ve bulmaları gerektiğini önermiştir:

"Bence bunun çoğu denemek ve neyin işe yaradığını görmekle ilgili, evet. Çünkü rahatlamanız gerekmiyorsa, belki de telefonu bırakıp daha fazla odaklanmak sizin için daha iyidir. Ama bazen insanlar çok gerginse, belki biraz rahatlamak, sosyal medyaya girip gezinmek daha iyidir. Ancak, bunun herkes için geçerli olmadığını tahmin ediyorum."

Birçok sporcu, fotoğraf paylaşmak veya mesajlara yanıt vermek için sosyal medyayı kullanmadan önce belirli faaliyetleri (örneğin, iyileşme) önceliklendirmeleri gerektiğinin farkındadır. Büşra, sporcuların önceliklerini bilmeleri ve sosyal medyaya ne zaman girmeleri gerektiğini bilmeleri gerektiğini şu şekilde açıklamıştır:

"...Önceliklerinizi belirlemeniz ve sosyal medyada ne zaman olmanız gerektiğini ne zaman olmamanız gerektiğini bilmeniz gerekiyor..."

Kapatma ve Kontrolü Devretme

İkinci uygulama, sporcuların belirli bir süre için (örneğin, yarışma sırasında) sosyal medyalarını kapatmaları veya hesaplarını bir etkinlik boyunca yönetmeleri için başka birine devretmeleri olarak tanımlanmıştır. Öz farkındalık kazandıktan ve sosyal medyanın kendilerini etkileyen unsurlarını belirledikten sonra, sporcular ya sosyal medyalarını kapatacaklarını ya da hesaplarının kontrolünü güvendikleri bir aile üyesine vereceklerini belirtmişlerdir. Sosyal medyayı kapatma, çoğunlukla olumlu ve olumsuz mesajlarla ilgili sorunlarla başa çıkmak için kullanılmıştır. Örneğin, bazı sporcular takipçilerine etkinlik sırasında sosyal medya kullanmayacaklarını ve performanslarına odaklanmak için önceden destekleri için teşekkür ettiklerini belirtmişlerdir. Seher, sosyal medyanın her sporcuyu farklı etkileyebileceğini öne sürmüş, ancak yarışma öncesinde bazı sosyal medya uygulamalarını sildiğini şu şekilde açıklamıştır:

"Sanırım bu, nasıl kullandığınıza bağlı, ama ben dört gün boyunca sosyal medyadan uzak duruyorum. Antrenmana başladığımda Facebook'u sildim ve sonra Twitter'da sadece akışı kaydırıyordum." Ayrıca, hayal kırıklığı yaratan bir performanstan sonra sosyal medyaya bakmanın ruh halini düşüreceğini şu şekilde ekledi: "Çünkü muhtemelen olanları pekiştirecek ve moralinizi bozacak, bu yüzden sadece geleceğe odaklanmak istersiniz, geçmişe değil."

Büşra, bildirimlerini kapatmanın, arkadaşlarının Olimpiyatlar sırasında onu izlemek için bir etkinlik düzenlediklerini görmesini engellediğini belirtmiştir. Bildirimleri gördüğünde ve arkadaşlarının izlediğini bildiğinde daha fazla gergin ve baskı altında hissedeceğini şu şekilde ifade etmiştir:

"İkinci yarışım için, dediğim gibi, bildirimlerimi kontrol etmedim. Yarıştan sonra tüm bildirimlerimi okudum ve arkadaşlarımdan birkaç mesaj vardı. Meğerse, bir grup arkadaşım yarışı izlemek için bir araya gelmiş ve hepsinin bunu yaptığını bilmiyordum. Tanıdığım herkesin yarışı izlediğini fark etmemiştim. Bunu önceden bilseydim, çok daha fazla baskı altında hissederdim, çünkü üzerimde çok fazla göz olurdu. Bunu önceden görmediğim için gerçekten memnunum, çünkü çok daha fazla gergin olurdum."

Diğer sporcular, sosyal medya hesaplarının kontrolünü güvendikleri birine (örneğin, aile üyelerine) devretmişlerdir. Bu uygulamayı gerçekleştirmek, sporculara bir etkinlik sırasında sosyal medyada varlıklarını sürdürmelerine olanak tanırken, performanslarına zarar verebilecek içeriklerden (örneğin, rakip içerikleri görmek) kaçınmalarını sağlamıştır. Sporcular, kontrolün güvendikleri ve onları iyi tanıyan birine devredilmesinin önemini vurgulamışlardır. Lincoln, sosyal medya platformlarında gördüğü bazı şeylerin ruh halini etkilediğini ve muhtemelen performansını etkilediğini fark etmiştir. Hesaplarını kız kardeşine devretme seçimini şu şekilde açıklamıştır:

> *"Benim için oldukça faydalı oldu; yaptığım şey, uygulamaları telefonumdan silmekti ve etkinlikler sırasında sosyal medya hesaplarımı kız kardeşim yönetiyordu. Etkinlikler sırasında tüm uygulamalarımı kapatıyordum. İletişim kurmak istediğim insanlarla bağlantıda kalmak için sadece WhatsApp'ı kullanıyordum."*

Genel olarak, sosyal medyayla ilişkili birçok dikkat dağıtıcı unsur bulunmaktadır. Sosyal medya dikkat dağıtıcı unsurlarını ele alarak, sporcular büyük spor etkinlikleri sırasında performansları üzerindeki etkileri en aza indirebilirler. Bir sonraki bölüm, bu bulguları önceki araştırmalarla ilişkilendirir ve literatüre ve DCT' ye katkısını açıklar.

4.Tartışma

Mevcut araştırma seçkin sporcularla yarı yapılandırılmış görüşmeler yaparak, büyük spor etkinlikleri sırasında sporcuların dikkatini dağıtan sosyal medya unsurlarını ve bu dikkat dağıtıcı unsurları ele almak için başvurdukları uygulamaları anlamayı amaçlamıştır. İki araştırma sorusu ileri sürülmüştür. İlk araştırma sorusu, büyük bir spor etkinliği sırasında sporcuların sosyal medyada dikkatlerini dağıtan unsurların neler olduğunu sorulmuştur. Beş tema ortaya çıkmıştır: yanıtlama zorunluluğu, istenmeyen yorumlara duyarlılık, marka oluşturma ve sürdürme baskıları, rakip içerikleri ve ruh hali yönetimi.

Sporcular, sosyal medya aracılığıyla aldıkları mesajlara yanıt verme zorunluluğu hissettiklerini belirtmişlerdir. Bu bulgu Browning ve Sanderson (2012) tarafından yapılan araştırma ile uyum göstermektedir; ancak, bu araştırma negatif mesajlar bağlamında yapılmıştır. Mevcut araştırma ise, sporcuların olumlu mesajlara yanıt verememekten dolayı suçluluk duygusu hissettiklerini öne sürmektedir. Bu durum, sporcuların takipçilerinden aldıkları destek mesajlarını takdir etmeleri ve onlarla bağ kurmak istemeleri nedeniyle olabilir. Ancak etkinlikler sırasında zaman kısıtlamaları tüm mesajlara yanıt vermeyi zorlaştırmıştır.

Olumlu mesajların yanı sıra, sosyal medya sporcuları istenmeyen yorumlara maruz bırakmış ve bu yorumların istenmeyen duyguları artırdığı bildirilmiştir (Yücetürk ve Ağın, 2022). Bu yorumlar, sporcuların çabalarının veya başarılarının yeterli olmadığını hissettirebilir veya geleneksel medyada bildirilen performans baskılarıyla ortaya çıkabilir. Ancak, istenmeyen yorumlara verilen tepkiler sporcular arasında farklılık göstermiştir. Bazı sporcular olumsuz mesajlara yanıt verirken, diğerleri çoğunlukla bu mesajları görmezden geldiklerini belirtmişlerdir (Browning ve Sanderson, 2012). Bu farklı tepkiler, mesajların içeriği ve her bireysel sporcunun deneyimi nedeniyle olabilir. Örneğin, daha deneyimli bir sporcu, yorumların zihniyetlerini etkilemesine izin vermemeleri gerektiğinin önemini vurgulamış ve bu durumlarla başa çıkmada önceki deneyimlere sahip olabilir. Daha genç ve deneyimsiz sporcular, bu mesajları aşmakta daha fazla zorluk yaşayabilirler.

Sporcular, marka oluşturma ve sürdürme baskılarının, bazıları için görüntülerini performanslarının önüne koyma açısından gerginlik yarattığını, diğerlerinin ise zaman alıcı olduğunu belirtmişlerdir (Öktem, 2020). Sporcular, hedefledikleri markaların beklentileri nedeniyle marka oluşturmayı zaman alıcı bulabilirler. Ayrıca, geniş bir literatür, sosyal medyanın sporcular için marka oluşturma açısından faydalı olduğunu göstermiştir (Arai vd., 2014; Hambrick ve Mahoney, 2011). Ancak bazı sporcular performanslarının kendileri adına konuşmasını tercih etmişlerdir (Arai vd., 2014). Sporcuların performansı, çeşitli kaynaklar tarafından düzenli olarak bildirilmektedir, bu da bazı sporcuların markalarını oluşturmak için performanslarına odaklanmayı tercih etmelerinin bir nedeni olabilir. Tema geleneksel medyanın sporcular için bir stres kaynağı olduğunu bulan araştırmalara yeni bilgiler sunmaktadır (Noblet ve Gifford, 2002). Örneğin bazı sporcular sporlarını tanıtmak için medya faaliyetlerine katılma baskısı yaşarken, mevcut araştırma benzer deneyimlerin sosyal medya bağlamında da gerçekleştiğini önermektedir.

Rakip içerikleri ek stres ve kaygıya neden olmuştur. Dale (2000)'e göre, sporcular etkinlikler sırasında rakiplerini görerek dikkatlerini dağıtabilirler. Ancak, mevcut araştırma, sosyal medyanın bir sporcunun rakiplerine ek erişim sağladığını ortaya koymaktadır. Bu durum böyle olsa da sporcular rakiplerinin sosyal medya paylaşımlarını izleyerek onlardan öğrenebileceklerini belirtmişlerdir. Sporcular, sosyal medyayı rakiplerini incelemek için kullanırlarsa, yeni beceriler öğrenme konusunda heyecan duyabilirler (Göksel, 2018) ve rakiplerinin sosyal medya içerikleri tarafından dikkatlerinin dağılma olasılığını aşabilirler.

Sporcular sosyal medya ile ilişkilendirilen tüm dikkat dağıtıcı unsurların olumsuz olmadığını ortaya koymuştur. İlk araştırma sorusuyla ilgili son tema (ruh hali yönetimi) sporcuların rekabetin getirdiği baskılardan uzaklaşmak için sosyal medya aracılığıyla kasıtlı olarak bir dikkat dağıtıcı aradıklarını öne sürmektedir. Ruh hali yönetimi, belirli medyaların seçilmesinde önemli bir itici güç olarak not edilmiştir, bu da mevcut araştırma tarafından desteklenmektedir; çünkü sporcuların rekabet baskılarından kaçmak için sosyal medyayı kullanma eğiliminde oldukları görülmektedir. Mevcut bulgu sosyal medyanın ruh hali yönetimindeki rolünü tanımlayan araştırmalara katkıda bulunmaktadır (Heinonen, 2011) ve sporcuların etkinlikler sırasında sosyal medyaya maruz kalmasının, rekabet baskılarından bir kaçış sağlayarak daha rahat bir durumda kalmalarına yardımcı olduğunu göstermektedir.

Acar (2024) çalışmasında internet uygulamalarının sosyal medyaya genişletilmesi çalışmasını ruh hali yönetiminin rekabet baskılarından bir kaçış yaratmada anahtar bir itici güç olarak tanımlanmasıyla genişletmektedir. Rahatlama stratejileri sporcuların bir yarışma veya büyük bir spor etkinliği için psikolojik hazırlıklarının önemli bir özelliğidir (Ungerleider, 2005). Bu nedenle

sporcuların bu olumlu etkileri deneyimledikleri durumlarda etkinlikler sırasında sosyal medyaya erişimlerinin olması faydalı olabilir. Bu bulgu, sosyal medyanın sporculara sağladığı faydaları tanımlayan literatüre katkıda bulunmaktadır (Browning ve Sanderson, 2012). Özellikle, mevcut araştırma, ruh hali yönetimini sosyal medyayı kullanmanın ek bir motivasyonu olarak göstermektedir.

İkinci araştırma sorusu büyük bir spor etkinliği sırasında sporcuların sosyal medya dikkat dağıtıcı unsurlarını ele almak için hangi uygulamaları kullandıklarını sormuştur. İki tema ortaya çıkmıştır: öz farkındalık ihtiyacı ve kapatma ve kontrolü devretme. Öz farkındalık açısından, seçilmiş görüşmeciler, sosyal medya kullanımları konusunda neyin işe yaradığını bilmenin önemli olduğunu vurgulamışlardır. Bu bulgu geçmişte işe yarayan rutinlerin değiştirilmesinin bir sporcunun performansını engelleyebileceğini belirten spor psikolojisi literatürüne katkıda bulunmaktadır (Greenleaf vd., 2001). Bu nedenle, günlük yaşamlarında düzenli sosyal medya kullanıcıları olan veya önceki etkinliklerde sosyal medyanın kendilerini rahatlattığını bulan sporcular için, sosyal medyayı aniden kullanmayı bırakmaları daha zararlı olabilir. Ayrıca öz farkındalık pratiği yapmak, sporcuların sosyal medyanın sunduğu olumlu etkileri ortaya çıkarmasını sağlayabilir.

Son olarak sporcular sosyal medyalarını kapatacaklarını veya hesaplarının kontrolünü güvendikleri birine (örneğin, aile üyesi) vereceklerini belirtmişlerdir. Bu bulgu, geleneksel medya stresi ile başa çıkarken kullanılan başa çıkma stratejileri ile açıklanabilir. Örneğin, sporcular, kendileri hakkında ana akım medyanın bildirdiği herhangi bir şeyi okumaktan, görmekten veya dinlemekten kaçınarak medya stresini en aza indirmek için kaçınma stratejileri kullanmaktadırlar (Kalkavan vd., 2021). Sosyal medya hesaplarını kapatarak, sporcular kendilerine yöneltilen olumsuz yorumları görmekten kaçınabilirler. Mevcut araştırmadaki katılımcılardan bazıları, etkinlik sırasında ruh hallerini değiştirebilecek herhangi bir olumsuz yorum görmek istemediklerini belirtmiş ve bu nedenle hesaplarını kapatmış veya kontrolü bir aile üyesine devretmiştir. Destek ağları ile bağlantılar, sosyal medya alanı dışındaki literatürde daha iyi performanslarla ilişkilendirilmiştir. Bu nedenle, bulgu, sporcu destek ağlarının rolü için önemli çıkarımları vurgulamaktadır; çünkü bu kişiler, sosyal medya dikkat dağıtıcı unsurlarını sınırlamada kritik bir rol oynamaktadırlar. Dolayısıyla, sporcuların sosyal medya kullanımını kontrol eden veya sınırlayan destek ağları, onların performansını olumlu yönde etkileyebilir ve bu süreçte sporcuların psikolojik iyi oluşlarını artırabilir.

Sonuçlar

Sonuç olarak Dikkat Çeşitlendirme Teorisi (DÇT) çerçevesinde sporcuların sosyal medyadaki dikkat dağıtıcı unsurlarıyla nasıl başa çıkabileceklerini anlamamıza katkı bulunmaktadır. DÇT' ye göre, dikkati farklı kaynaklara yönlendirme, zihinsel artırma, stresi artırma ve baskı yönetimi önemli bir rol oynar. Bu bağlamda, sporcular sosyal medyanın hem olumlu hem de olumsuz dikkat dağıtıcı emin olmadıklarını bir şekilde kullanarak psikolojik iyilik hallerini yeniden canlandırıyorlar. Bunların dikkat dağıtıcı unsurları arasında, ruh hali yönetimi ve destek dağıtımları gibi unsurlar, sporcuların rekabet baskılarından kaçmalarına ve bir sosyal çevrede hissetmelerine yardımcı olabilir. Olumsuz unsurlar olan istenmeyen özellikler veya rakip içerikler ise dikkat dağıtıcı ve kaygı artırıcı bir etkiye sahip olabilir. Bu unsurlarla başa çıkabilmek adına, sporcular öz iyileştirme stratejileri geliştirmekte, sosyal medya kullanımını sınırlamakta veya yönetim süreçlerini yetkili kişilere devretme gibi yöntemlere başvurmaktadırlar. Bu sayede sporcular, sosyal medyayı doğru bir şekilde yöneterek performanslarına odaklanabilir ve psikolojik iyilik hallerini sürdürebilirler.

Öneriler ve Sınırlılıklar

Bu araştırma sporcuların sosyal medya kullanımına ilişkin dikkat dağıtıcı unsurları ve bu unsurlarla başa çıkma stratejilerini incelemiştir. Bulgular doğrultusunda sporcuların sosyal medya kullanımını daha bilinçli bir şekilde yönetmelerine yönelik eğitim programlarının düzenlenmesi, destek ağlarının güçlendirilmesi ve psikolojik destek sağlanması önerilmektedir. Ayrıca, spor federasyonları ve kulüpleri tarafından sosyal medya kullanımına ilişkin politikalar ve rehberler geliştirilmelidir. Teknolojik çözümler de sporcuların dikkatlerini etkinlikler sırasında korumalarına yardımcı olabilir. Bu araştırmanın sınırlılıkları, elde edilen bulguların genellenebilirliğini ve geçerliliğini etkileyebilecek birkaç önemli faktöre işaret etmektedir. İlk olarak, örneklem büyüklüğünün sınırlı olması, araştırmada yer alan sporcuların sayısının az olması sebebiyle, bulguların tüm sporculara genellenmesini zorlaştırır. Daha büyük ve çeşitlendirilmiş bir örneklem, sporcuların sosyal medya dikkat dağıtıcı unsurlarını nasıl deneyimledikleri konusunda daha geniş ve güvenilir veriler sunabilirdi. İkinci olarak, sadece büyük spor etkinliklerine katılan sporcuların incelenmesi, farklı düzeylerdeki sporcuların sosyal medya dikkat dağıtıcı unsurlarını nasıl deneyimlediğine dair sınırlı bir bakış açısı sunar. Büyük etkinliklere katılmayan, yerel ya da küçük çaplı yarışmalara katılan sporcuların sosyal medya kullanımı ve dikkat dağıtıcı unsurlar ile başa çıkma stratejileri farklılık gösterebilir.

Üçüncü olarak görüşmelerin belirli bir zaman diliminde yapılması, sporcuların sosyal medya deneyimlerini yalnızca o döneme özgü koşullar altında değerlendirmektedir. Zaman içindeki değişimler ve sosyal medya platformlarının gelişimi dikkate alınmadığından, bulguların güncelliği zamanla azalabilir. Ayrıca, kültürel farklılıkların göz önüne alınmaması, sporcuların sosyal medya kullanımını ve dikkat dağıtıcı unsurlara verdikleri tepkileri anlamada önemli bir sınırlamadır; çünkü kültürel değerler, sosyal medya algılarını ve kullanım alışkanlıklarını etkileyebilir. Farklı kültürlerden sporcuların sosyal medyaya bakışı ve başa çıkma stratejileri çeşitlilik gösterebilir.

Son olarak sadece belirli sosyal medya platformlarına odaklanılması, diğer platformlarda yaşanan deneyimlerin dışarıda bırakılmasına yol açmaktadır. Farklı platformlar, sporcuların etkileşimde bulunduğu içerik türleri, takipçi yapısı ve kullanım amaçları açısından farklı özellikler taşır. Bu nedenle, tek bir veya sınırlı sayıda platforma odaklanmak, sosyal medyanın genel olarak sporcular üzerindeki etkisini tam anlamıyla yansıtmayabilir. Bu sınırlılıklar, bulguların kapsamını daraltmakla birlikte, gelecek

çalışmalarda daha geniş ve farklı grupları kapsayarak bu eksikliklerin giderilmesi için fırsatlar sunmaktadır. Gelecekteki çalışmalar, daha geniş örneklemlerle, farklı sporcu grupları ve sosyal medya platformlarıyla yapılmalı ve kültürel farklılıklar dikkate alınarak uzun vadeli etkiler incelenmelidir.

Yazar Katkıları: "Kavramsallaştırma, S.K.A. ve M.K..; metodoloji, S.K.A. ve M.G..; doğrulama, S.K.A., M.K., F.E. ve M.G.; analiz, S.K.A., M.K., F.E. ve M.G.; araştırma, F.E.; kaynaklar, M.G.; yazım-orijinal taslak hazırlama, S.K.A., M.K., F.E. ve M.G.; yazım-inceleme ve düzenleme, S.K.A., M.K., F.E. ve M.G.; görselleştirme, S.K.A., M.K., F.E. ve M.G. Tüm yazarlar makalenin yayınlanan versiyonunu okumuş ve kabul etmiştir."

Çıkar Çatışmaları: Yazarlar herhangi bir çıkar çatışması beyan etmemektedir.

Bilgilendirilmiş Onam Beyanı: Çalışmaya katılan tüm katılımcılardan bilgilendirilmiş onam formu alınmıştır.

Veri Kullanılabilirliği Beyanı: Veriler gizlilik nedeniyle kamuya açık değildir.

Çıkar Çatışmaları: Yazarlar herhangi bir çıkar çatışması beyan etmemektedir.

Teşekkür: Çalışmaya katılan tüm katılımcılara teşekkür ederiz.

References

Acar, N. (2024). Sosyal medya bağımlılığı: Kökenleri, tanı kriterleri ve tedavi teknikleri. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 14*(4), 1099-1114. https://doi.org/10.7456/tojdac.1515522

Akarsu, M., İlbak, İ., & Gündoğdu, C. (2024). Sporcu sosyal medya kullanım davranışları ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Yeni Medya*, (16), 317-328. https://doi.org/10.55609/yenimedya.1458117

Arai, A., Ko, Y. J., & Ross, S. (2014). Branding athletes: exploration and conceptualization of athlete brand image. *Sport Management Review, 17*(2), 97-106. https://doi.org/10.1016/j.smr.2013.04.003

Arslan, E. (2022). Nitel araştırmalarda geçerlilik ve güvenilirlik. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (51), 395-407. https://doi.org/10.30794/pausbed.1116878

Atalı, L., & Karacan, Ç. (2013). Üniversite liglerine katılan sporcuların bilgi teknolojileri ve sosyal medya araçları kullanımı. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4*(2), 217-226.

Auerbach, C. F., & Silverstein, L. B. (2003). *Qualitative data: an ıntroduction to coding and analysis.*NYU Press.

Balcı, A. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntem, teknik ve ilkeler.* Pegem Atıf İndeksi, 1-398.

Baron, R. S. (1986). Distraction-conflict theory: Progress and problems. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology, 19*, 1-39. Academic Press. https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60211-7

Bayköse, N., & Esin, İ. (2019). Sporda beden imajı ve sosyal medya etkisi: sosyal karşılaştırma kuramı çerçevesinde facebook kullanımının beden imajına etkileri üzerine bir derleme. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, *2*(1), 67-80.

Berk, O., & Bayrak, T. (2019). Yıldız sporcuların sosyal medya etkileşimi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, *3*(3), 226-236.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77-101.

Browning, B., & Sanderson, J. (2012). The positives and negatives of Twitter: Exploring how student-athletes use Twitter and respond to critical tweets. *International Journal of Sport Communication, 5*(4), 503-521.

Cengiz, R., Sunay, H., & Kaya, B. (2022). Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin empatik eğilimleri karar verme stilleri ve iletişim becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Sportif Bakış: Spor ve Eğıtım Bilimleri Dergisi, 9*(1).

Craib, I. (1992). *Modern sociological theory*. Harvester Wheatsheaf.

Creswell, J. W. (2020). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşıma Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*, (Çev. Ed: Bütün, M. & Demir, S.B.). 5. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Çakır, E., Güleşce, M., Sargin, K., & Fatih, E., (2023). Examination of the Stress Factors Experienced by Coaches. *Journal of Education and Recreation Patterns, 4*(1), 181-191.

Çavuşoğlu, S. B. (2011). Spor pazarlamasında ünlü sporcu kullanımı. *Uluslararası Hakemli Akademik Sosyal Bilimler Dergisi*, *1*(1), 165-180.

Çetin, E. (2023). Sosyal medya platformlarında dijital şiddet: Spor bilimleri öğrencileri üzerine karşılaştırmalı bir çalışma. *Humanıtas-Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, *11*(21), 125-143 https://doi.org/10.20304/humanitas.1220415

Dale, G. A. (2000). Distractions and coping strategies of elite decathletes during major competitions. *Journal of Sport Behavior, 23*(2), 167-187. https://doi.org/10.1123/tsp.14.1.17

Doğan, İ., Doğan, P. K., & Durmuş, G. (2023). Spor bilimleri öğrencilerinin sosyal medyada gösteriş tüketimi eğilimi ile narsistik kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *The Online Journal of Recreation and Sports, 12*(4), 668-677. https://doi.org/10.22282/tojras.1330802

Dokuyucu, A. (2024). Dijitalleşen dünya çerçevesinde; Spor ve sosyal medya bileşenleri. *Journal of Social, Humanıtıes And Administrative Sciences (JOSHAS), 10*(5), 649-*653*. https://doi.org/10.5281/zenodo.13 851804

Edin, İ. (2016). Spor organizasyonlarında sosyal dijital medya düzenlemeleri ve sinsi pazarlama: 2016 Rio Olimpiyatları örneği. *Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, *1*(2), 55-70. https://doi.org/10.22396/sbd.2017.16

Encel, K., Mesagno, C., & Brown, H. (2017). Facebook use and its relationship with sport anxiety. *Journal of Sports Sciences, 35*(14), 1439-1445. https://doi.org/10.1080/02640414.2016.1186817

Farrington, D. P., Ttofi, M. M., & Lösel, F. (2014). School bullying and later criminal offending: Findings from meta-analyses of longitudinal studies. *Journal of Experimental Criminology, 10*(4), 441-453. https://doi.org/10.1002/cbm.807

Filo, K., Lock, D., & Karg, A. (2015). Sport and social media research: A review. *Sport Management Review, 18*(2), 166-*181*. https://doi.org/10.1016/j.smr.2014.11.001

Göksel, A. G. (2018). Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin iletişim aracı olarak sosyal medya kullanımlarının bazı değişkenlere göre incelenmesi. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 16*(1), 39-48.

Greenleaf, C., Gould, D., & Dieffenbach, K. (2001). Factors influencing Olympic performance: Interviews with Atlanta and Nagano US Olympians. *Journal of Applied Sport Psychology, 13*(2), 154-184. https://doi.org/10.1080/104132001753149874

Güleşce, M., & İlhan, E.L., (2024). Psikolojik savaş: bağımlılık, depresyon, anksiyete ve stres üzerine bir inceleme. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi, 9*(2), 275-292. https://doi.org/10.31680/gaunjss.1586025

Güleşce, M., Kalfa, M., & Sargın, K. (2024). Ritmin gücü: Türk kültüründe müzik ve spor ilişkisi. *Çevrimiçi Rekreasyon ve Spor Dergisi, 14*(1), 62-72. https://doi.org/10.22282/tojras.1565593

Güney, M., & Taştepe, T. (2020). Ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığı. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi, 9*(2), 183-190. https://www.doi.org/10.46971/ausbid.757713

Halaç, H. H., & Bademci, F. (2021). Altyapı sporcularının sosyal medya ve kültürel miras ilgilerinin değerlendirilmesi. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, (10), 181-198. https://doi.org/10.46250/kulturder.964263

Hambrick, M. E., & Mahoney, T. Q. (2011). How athletes engage fans through Twitter: Factors that influence athlete engagement. *International Journal of Sport Communication, 4*(4), 454-471. https://doi.org/10.1504/IJSMM.2011.044794

Heinonen, K. (2011). Consumer activity in social media: Managerial approaches to consumers' social media behavior. *Journal of Consumer Behaviour, 10*(6), 356-364. https://doi.org/10.1002/cb.376

Kahveci, M. S., Çakmak, G., & Karagün, E. (2024). Profesyonel sporcuların teknoloji bağımlılığına ilişkin metaforları. Social Mentality and Researcher *Thinkers Journal (Smart Journal), 8*(58), 712-718. https://doi.org/10.29228/smryj.58301

Kalkavan, A., Kadıoğlu, H. C., & Kayhan, R. F. (2021). Spor lisesindeki sporcuların stresle başa çıkma düzeylerinin araştırılması. Gençlik Araştırmaları *Dergisi, 9*(24), 124-137.

Kaygas, Y., Şam, M., Doğan, Y. B., Ağaoğlu, C. Y., Sonkur, A., & Durmuş, E. E. (2023). Ergenlerde sosyal medya bağımlılığının yordayıcıları olarak sosyal kaygı ve öz yeterlik. *Bağımlılık Dergisi, 24*(4), 461-474. https://doi.org/10.51982/bagimli.1230295

Koçak, Ç. V., & Şimşek, S. (2023). Sporcularda sosyal medya bağımlılığı ve uyku kalitesi ilişkisi. *The Online Journal of Recreation and Sports, 12*(4), 759-765. https://doi.org/10.22282/tojras.1318963

Kolçak, S., & Çakır, E. (2022). Ortaokul öğrencilerinin dijital oyun oynama motivasyonunun fiziksel aktiviteye katılım motivasyonu üzerine etkisi. *Research in Sport Education and Sciences, 24*(4), 113-118. https://doi.org/10.22282/tojras.1318963

Morrow, S. L. (2005). Quality and trustworthiness in qualitative research in counseling psychology. *Journal of Counseling Psychology, 52*(2), 250-260. https://doi.org/10.1037/0022-0167.52.2.250

Noblet, A., & Gifford, S. (2002). The sources of stress experienced by professional Australian footballers. *Journal of Applied Sport Psychology, 14*(1), 1-13. https://doi.org/10.1080/10413200209339007

Öktem, T. (2020). Sporda sponsorluk üzerine bir derleme, *Turkish Studies – Social, 15*(4), 2055-2070 https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.42812

Patton, M. Q. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri* (M. Bütün ve S. B. Demir, Çev. Ed.). Pegem Akademi.

Salman, G. G. (2024). Sporda markalaşmada dijitalleşme ve sosyal medyanın kullanımı. *The Journal of Academic Social Science Studies, 13*(79), 451-467. https://doi.org/10.29228/JASSS.39481

Sanderson, J., & Truax, C. (2014). "I hate you man!": Exploring maladaptive parasocial interaction expressions to college athletes via Twitter. *Journal of Issues in Intercollegiate Athletics, 7*, 333-351.

Sargın, K., & Güleşce, M. (2022). Öğretmenlerin sağlıklı beslenmeye ilişkin tutumlarının değerlendirilmesi (Van ili örneği). *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi, 7*(1), 1-11. https://doi.org/10.31680/gaunjss.100039

Smith, B., & McGannon, K. R. (2018). Developing rigor in qualitative research: Problems and opportunities within sport and exercise psychology. *International Review of Sport and Exercise Psychology, 11*(1), 101-121. https://doi.org/10.1080/1750984X.2017.1317357

Suri, H. (2011). Purposeful sampling in qualitative research synthesis. *Qualitative Research Journal, 11*(2), 63-75. https://doi.org/10.3316/QRJ1102063

Şimşek, B., Güleşçe, M., Sargın, K., Kartal, A., & Gümüşdağ, H. (2023). E-sporcular, motivasyonu ve fiziksel aktivite üçgeninde bir çalışma. *Research in Sport Education and Sciences, 25*(1), 7-13. https://doi.org/10.5152/JPESS.2023.222653

Tracy, S. J. (2013). *Qualitative research methods: collecting evidence, crafting analysis, communicating ımpact.* Wiley-Blackwell.

Ungerleider, S. (2005). *Mental Training for Peak Performance*. Rodale.

Üçüncüoğlu, M., & Çavuşoğlu, S. B. (2021). Spor organizasyonlarında iletişim aracı olarak sosyal medya kullanımı: Avrupa'nın üç büyük futbol ligi üzerine içerik analizi. *Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi, 7*(1), 283-297. https://orcid.org/0000-0003-4163-9655

Yavuz, C., & Semiz, K. (2022). Türk olimpik sporcuların sosyal medya marka imajları. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 20*(2), 28-42. https://doi.org/10.33689/spormetre.1014240

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.

Yücetürk, C., & Ağın, B. (2022). Sporcuların perspektifinden sosyal medyada siber zorbalık. *TRT Akademi, 7*(14), 154-181. https://doi.org/10.37679/trta.1011848

Sorumluluk Reddi/Yayıncının Notu: Tüm yayınlarda yer alan ifadeler, görüşler ve veriler JSAR'a ve/veya editör (ler)e değil, yalnızca bireysel yazar (lar)a ve katkıda bulunan (lar)a aittir. JSAR ve/veya editör(ler), içerikte atıfta bulunulan herhangi bir fikir, yöntem, talimat veya üründen kaynaklanan herhangi bir sorumluluk kabul etmez.