



Uluslararası Egzersiz  
Psikolojisi Dergisi

International Journal of Exercise Psychology



e-ISSN: 2687-6051

# Uluslararası Egzersiz Psikolojisi Dergisi

International Journal of Exercise Psychology

Cilt: 4

Sayı: 1

Yıl: 2022

egzersizpsikolojisi@gmail.com

<https://dergipark.org.tr/intjouexerpsyc>

# ULUSLARARASI EGZERSİZ PSİKOLOJİSİ DERGİSİ

International Journal of Exercise Psychology

e-ISSN: 2687-6051

Cilt / Volume: 4

Sayı / Number: 1

Yıl / Year:2022

ISSN:1302-2040

## EDİTÖR / EDITOR

Deniz BEDİR, Erzurum, TÜRKİYE.

## DİL EDİTÖRLERİ / LANGUAGE EDITORS

Erhan Erdem, Erzurum

## YAYIN KURULU / EDITORIAL BOARD

- Dr. Ali BRIAN**, University of South Carolina, ABD.  
**Dr. Emi TSUDA**, West Virginia University, ABD.  
**Dr. Jacqueline D. GOODWAY**, Ohio State University, ABD.  
**Dr. Jerraco Johnson**, Ohio State University, ABD.  
**Dr. Ruri FAMELIA**, State University of Padang, ENDONEZYA.  
**Dr. Saeed SHOKOUFEH**, Malekan-Azad University, İRAN.  
**Dr. Seung Yeon PARK**, Norfolk State University, ABD.  
**Dr. Abdurrahman AKTOP**, Akdeniz Üniversitesi, TÜRKİYE.  
**Dr. Ahmet YAPAR**, Çanakkale Onsekiz Mart, TÜRKİYE.  
**Dr. Aydın İLHAN**, Pamukkale Üniversitesi, TÜRKİYE.  
**Dr. Elif KARAGÜN**, Kocaeli Üniversitesi, TÜRKİYE.  
**Dr. Feyza Meryem KARA**, Kırıkkale Üniversitesi, TÜRKİYE.  
**Dr. Gökhan ÇALIŞKAN**, Iğdır Üniversitesi, TÜRKİYE.  
**Dr. Gözde ERSÖZ**, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, TÜRKİYE.  
**Dr. İhsan SARI**, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, TÜRKİYE.  
**Dr. İlker ÖZMUTLU**, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, TÜRKİYE.  
**Dr. İlyas GÖRGÜT**, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, TÜRKİYE.  
**Dr. Mehmet GÜLLÜ**, İnönü Üniversitesi, TÜRKİYE.  
**Dr. Sevinç NAMLI**, Erzurum Teknik Üniversitesi, TÜRKİYE.  
**Dr. Tamer KARADEMİR**, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, TÜRKİYE.  
**Dr. Zekihan HAZAR**, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, TÜRKİYE.  
**Dr. Zinnur GEREK**, Gaziantep Üniversitesi, TÜRKİYE.

## **Amaç ve Kapsam / Aim and Scope**

Uluslararası Egzersiz Psikolojisi Dergisinin amacı, bilim dünyasına spor psikolojisi alanında deneysel ve teorik katkılar yayınlamaktır.

Egzersiz ve spor psikolojisi, psikolojinin sportif performansı üzerine etkisi, psikolojik beceriler gibi makaleler dergimizin kapsamı için uygundur. UEPD'nin amacı, titiz ve ilgili çalışmaların sonuçlarını yaymak, teorinin geliştirilmesi ve önceki bulguların onaylanması veya çelişkileri ile ilgili bulguları ve yorumları ortaya koymaktır. UEPD, epistemoloji, araştırma soruları, araçlar, istatistiksel veya klinik analizler ve tartışma veya potansiyel uygulamalar arasındaki tutarlılığı içeren çeşitli metodolojiler sunmaktadır. Nitel ve nicel analizler ve vaka çalışmaları uygun bir şekilde kullanıldığında ilgi çekicidir. UEPD, spor ve psikolojiyle ilgili aşağıdaki bölümlerden oluşur:

Spor Psikolojisi, Egzersiz Psikolojisi, Performans Psikolojisi, Motivasyon, İletişim, Öz Güven, Kaygı, Stres, Saldırganlık, İmgeleme, Hedef Belirleme vs.

*The aim of the International Journal of Exercise Psychology is to publish experimental and theoretical contributions to the world of science in the scope of sport psychology.*

*Articles such as exercise and sports psychology, the effect of psychology on sport performance, psychological skills are suitable for the scope of our journal. The aim of the UEPD is to spread the results of rigorous and relevant studies, to develop findings and interpretations of the approvals or contradictions of previous findings. The UEPD offers a variety of methodologies, including consistency between epistemology, research questions, tools, statistical or clinical analysis, and discussion or potential applications. Qualitative and quantitative analysis and case studies are interesting when used appropriately. The UEPD consists of the following sections on sports and psychology:*

*Sport Psychology, Exercise Psychology, Psychology of Performance, Motivation, Communication, Self Confidence, Anxiety, Stress, Aggression, Imagery, Goal Setting, etc.*

## **Yayın Periyodu / Publishing Period**

Uluslararası Egzersiz Psikolojisi Dergisi, Haziran ve Aralık aylarında olmak üzere yılda 2 kere yayımlanan bilimsel ve hakemli bir dergidir. Derginin dili Türkçe olmasının yanı sıra İngilizce makalelere de yer verilmektedir. Dergimiz, egzersiz ve spor psikolojisi alanında hem ulusal hem de uluslararası düzeyde özgün araştırmaları ve derleme (review) makaleleri yayımlamaktadır.

*International Journal of Exercise Psychology is a scientific and peer-reviewed journal published twice a year in June and December. The language of the journal is Turkish, as well as articles in English. This journal publishes original research and review articles in the field of sports psychology, both nationally and internationally.*

## **Yayın hakkı / Copyright**

Uluslararası Egzersiz Psikolojisi Dergisinde yayınlanan yazı, resim, şekil ve tablolar yayıncının izni olmadan kısmen veya tamamen herhangi bir nedenle basılamaz, çoğaltılamaz. Referans göstermek kaydıyla özetleme ve alıntı yapılabilir. Dergide yayınlanan yazı, şekil ve resimlerden yazarları, ilan ve reklamlardan firmaları sorumludur.

*The articles, pictures, figures and tables published in the International Journal of Exercise Psychology cannot be printed or reproduced for any reason, partially or completely, without the permission of the publisher. Summarizing and quoting can be done provided that they show a reference. The authors are responsible for the articles, figures and pictures published in the journal, and the companies for the announcements and advertisements.*

## **Yazışma Adresi / Correspondence Address**

Uluslararası Egzersiz Psikolojisi Dergisi (IntJourExerPsyc)

Tel:(0543) 599 64 54

egzersizpsikolojisi@gmail.com

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/intjouexerpsyc>

Adres: Saltuklu Mah. Dadaş Cad. No:53, Kat:4, No:7, Aziziye/ERZURUM

## 1. BAŞLIK VE YAZAR BİLGİSİ

Makale metninde yazı tipi olarak Times New Roman, 11 punto ve 1,0 satır aralığı kullanılmalıdır. Başlık **14 punto**, sözcüklerin ilk harfi büyük harflerle, ortalanmış olarak yazılmalıdır. Türkçe yazılmış makalelerde Türkçe başlığın altına İngilizce, İngilizce yazılmış makalelerde İngilizce başlığın altında Türkçe başlığa yer verilmelidir.

Çalışmanın yazarının adı soyadı **11 punto**, soyadı büyük harflerle ve ortalanmış olarak, yazar birden fazla ise, adlar çalışmaya katkılarına göre yan yana sıralı yazılmalıdır. Yazar(lar)ın çalıştıkları üniversite, fakülte/yüksekokul, şehir ve ülke bilgileri İngilizce başlığın altında yazar ismi ya da isimleriyle eşleştirilmiş imlerle (1,2,3) belirtilmelidir.

Çalışma herhangi bir bilimsel etkinlikte bildiri olarak sunulmuş ise, makalenin başlığına im (\*) konularak, makalenin ilk sayfasının altında etkinliğin adı, yeri ve tarihi belirtilmelidir. Çalışma herhangi bir araştırma kurumu ya da fonu tarafından desteklenmiş ise, makalenin başlığına im (\*) konularak, desteği sağlayan kuruluşun adı, projenin numarası ve tamamlandığı tarih ilk sayfanın altında belirtilmelidir. Çalışma lisansüstü tezlerden üretilmiş ise, makalenin başlığına im (\*) konularak, tezin adı, danışmanın adı ve tamamlandığı tarih ilk sayfanın altında belirtilmelidir. Dip notlardaki tüm bilgiler **9 punto** olmalıdır.

## 2. ÖZ

Çalışmalar Türkçe ve İngilizce dillerinde gönderilebilir. Her çalışmanın baş kısmında Türkçe ve İngilizce özet bulunmalıdır. Özet, 10 punto büyüklüğünde ve 260 sözcüğü geçmeyecek şekilde tek sütun ve iki yana yaslı olarak yazılmalıdır. “Öz” metni içinde kaynak verilmemelidir. Her özeti altında o dilden çalışmayı betimleyen 3-5 anahtar kelime bulunmalıdır.

## 3. BÖLÜMLER VE ALT BÖLÜMLER

Çalışmalarda ana bölüm başlıkları numaralandırılarak ortalanmış, 12 punto ve büyük harfle yazılmalıdır. Alt bölüm başlıkları (İkinci düzey başlıklar) sola yaslı, ilk harfleri büyük, 11 punto, kalın ve italik olarak yazılmalıdır. Üçüncü düzey başlıklar ise sola yaslı, 11 punto, bold, italik ve sadece ilk kelimenin ilk harfi büyük olacak biçimde yazılmalıdır.

Metin içindeki paragraflar en az üç cümleden oluşmalı ve paragraflar arasında bir satır boşluğu bırakılmalıdır. Makaleler, **9000 sözcüğü** geçmemelidir.

Çalışmalarda ana bölümler sırasıyla;

- GİRİŞ
- YÖNTEM

- Evren ve örneklem/Çalışma Grubu/Katılımcılar/Denekler (bunlardan sadece biri)
- Veri toplama yöntem(ler)i/teknikleri/araçları
- Verilerin analizi

- BULGULAR
- TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER
- DESTEK VE TEŞEKKÜR BEYANI
- ETİK BEYANI
- YAZAR KATKILARI
- KAYNAKLAR

bölümlerinden oluşmalıdır.

Ana metine, öz ve/veya abstract'tan sonra “GİRİŞ” alt başlığı yazılarak metne başlanmalıdır. YÖNTEM, BULGULAR ve TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER bölümlerine yeni sayfadan başlanmamalı, bir bölüm bittikten sonra, aynı sayfada diğeri onu izlemelidir.

Sıklıkla kullanılan istatistiksel tekniklerle yapılan çözümlenmelerin sonuçları belirli bir standarda göre metinde yer almalıdır. Aşağıda en yaygın kullanılan tekniklerin sunumuna ilişkin bazı kurallar yer almaktadır:

- Varyans analizi sonucu metinde, “...yaş değişkeninin temel etkisi anlamlıdır ( $F(1,123) = 5.43, p < .05$ )” örneğindeki gibi rapor edilmelidir.
- Korelasyon ve ki-kare değerleri sunulurken denek sayısına (n) yer verilmelidir.
- t testi ve varyans analizi sonucunda yapılan çoklu karşılaştırmalar (Tukey testi gibi) sunulurken serbestlik derecesi (sd) verilmelidir.
- Regresyon analizleri sunulurken R, R<sup>2</sup>, F, Beta, t ve p değerleri verilmelidir.

- Faktör analizi sunulurken her faktör altındaki maddelerin faktör yükleri (factor loadings), her faktörün özdeğeri (eigenvalue) ve açıkladığı varyans verilmelidir.

**Yukarıda verilenlerden farklı istatistiksel çözümler kullanılması durumunda ilgili tekniklere ilişkin sembol ve açıklamalar uygun yerlerde yer almalıdır.**

Türkçe makalelerde Türk Dil Kurumu'nun sözlükleri ve yazım kılavuzu dikkate alınmalı ve mümkün olduğunca Türkçe sözcükler kullanılmalıdır. Alana özgü yabancı dildeki kavramın/terimin Türkçe karşılığı kullanılırken ilgili kavramın/terimin ilk kullanıldığı yerde yabancı dildeki karşılığı parantez içinde verilmelidir.

#### **4. KAYNAKLARIN BELİRTİLMESİ**

Makalenin sonunda, varsa ek(ler)den önce kaynaklar, yazarın veya kurum ismi, isim sırasıyla belirtilmelidir. Kaynaklar 9 punto ile aralık bırakmadan ardı ardına yazılmalıdır.

**Kaynakçada APA stili kullanılmalıdır.**

##### **4.1. Atıflar**

**Makalede yer alacak tüm atıflarda parantez içinde yer alan ifadeler italik yazılmalıdır.**

##### **4.1.1. Tek yazarlı**

“Ellis (1997), .....”; “Ellis’e (1997) göre.....”; “(Ellis, 1997)”.

##### **4.1.2. İki yazarlı**

“Abrams ve Ellis (1994), .....”; “Abrams ve Ellis’e (1994) göre ...”; “(Abrams ve Ellis, 1994)”.

##### **4.1.3. Üç ve daha çok yazarlı**

İlk yazardan sonra "ve ark." ifadesi yazılır sonra virgül konularak tarih yazılır: “(Demerouti ve ark., 2000)”.

##### **4.1.4. Kurum yazarlığı**

İlk göndermede kurumun açık adı, yanında kısaltması ve tarih verilir: “(Türk Standartları Enstitüsü [TSE], 1999)”.

##### **4.1.5. Aynı soyadı taşıyan birden fazla yazarlı çalışmalarda**

Aynı soyadı taşıyan yazarları birbirinden ayırmak için adlarının baş harfleri de kullanılır: “G. Underwood (1998) ve J. D. Underwood (1999) araştırmalarında bu konuya değinmiştir.”.

##### **4.1.6. Aynı yazarın aynı tarihli birden fazla eserinin bulunması durumu**

*Aynı yazarın aynı tarihli birden fazla eserinin bulunması durumunda*, yayın tarihine bir harf eklenerek ayırım sağlanır: “(Berke, 2002a)”; “(Berke, 2002b)”.

##### **4.1.7. Birden fazla yayına aynı anda gönderme yapma**

Yazar soyadına göre alfabetik sıra izlenir: “Bu konuda yapılan araştırmalar (Işık 1997; Kara 1996; Keskin 1996) göstermiştir ki...”.

##### **4.1.8. İkincil kaynaktan alıntı**

İkincil kaynak esas kaynakça listesinde gösterilir. Metinde ise, sadece orijinal çalışmayı yapan/yapanların adı verilir. Birincil kaynaktan bahsedildikten sonra, ikincil kaynak “aktaran” şeklinde belirtilir: “... konusunda Adler’in yaklaşımı esas alınmaktadır (aktaran, Coltheart, 2001).”; “(Grayson ve Meilman; aktaran, Perine ve Lisle, 1995).”.

#### **4.2. Kaynakça Bölümünün Yazımı**

##### **4.2.1. Kitaplar**

Kitap adlarında (özel isimler dışında) sadece ilk harf büyük yazılır.

##### **4.2.1.1. Tek yazarlı**

Corey, G. (1991). *Theory and practice of counseling and psychotherapy*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

Ong, W. J. (2002). *Orality and literacy: The technologizing of the word* (2nd ed.). New York: Routledge.

##### **4.2.1.2. İki yazarlı çalışmalar**

Corsini, R. J., & Wedding, D. (1989). *Current psychotherapies*. Illionis: F.E. Peacock Publishers Inc.

Fidan, N. ve Erden, M. (1986). *Eğitim bilimine giriş*. Ankara: Kadioğlu Matbaası.

#### 4.2.1.3. Editörlü kitaplar

Ellis, A. (1973). Rational-emotive psychotherapy, In H. C. Patterson (Ed.), *Theories of counseling and psychotherapy* (pp. 49-57). New York, Harper and Row Publishers.

Sanalan, V. A. (2011). M-öğrenme uygulamalarına geçiş. B. B. Demirci, G. T. Yamamoto ve U. Demiray (Ed.) içinde, *Türkiye'de e-öğrenme: Gelişmeler ve uygulamalar II* (ss. 379-388). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

#### 4.2.1.4. Çeviri kitaplar

Ong, W. J. (2012). *Sözlü ve yazılı kültür: Sözü teknolojileşmesi* (6. Basım) (Çev. Sema Postacıoğlu Banon). İstanbul: Metis Yayıncılık.

#### 4.3. Dergilerde Yayınlanan Çalışmalar

Tosun, A. (2006). Depresif belirti düzeyi yüksek kişilerde otobiyografik anıların bilince istemsiz gelişleri ve depresif içerikleri. *Türk Psikoloji Dergisi*, 21(58), 21-37.

Toma, J. D. (1997). Alternative inquiry paradigms, faculty cultures, and the definition of academic lives. *The Journal of Higher Education*, 68, 679-705.

#### 4.4. Bildiriler

Gündüz, B. (1999). *Hemşirelerde stresle başa çıkma biçimleriyle tükenmişlik arasındaki ilişkilerin incelenmesi*. VIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.

#### 4.5. Tezler

Ergen, H. (1999). *Türkiye'de eğitim harcamalarının analizi ve yükseköğretimde maliyetler*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

#### 4.6. Elektronik Kaynaklar

##### 4.6.1. Bir web sitesindeki belirli bir sayfaya (bir kaynağa) atıfta bulunma

###### 4.6.1.1. Duyuru

British Council (29 Ekim 2012). 6th Annual GCC nationalisation summit. Dubai, UAE: Author. [Available online at: <http://www.britishcouncil.org/learning-skills-for-employability-project-policy-dialogue-sixth-annual-gcc-nationalisation-summit.htm>], Erişim tarihi: 29 Ekim 2012.

###### 4.6.1.2. Bir web sitesinde belirli bir sayfa

Soygüt, G., Çakır, Z. ve Karaosmanoğlu, A. (2008). Ebeveynlik biçimlerinin değerlendirilmesi: Young ebeveynlik ölçeği'nin psikometrik özelliklerine ilişkin bir inceleme. *Türk Psikoloji Yazıları*, Aralık 2008, 11(22), 17-30. [Çevrim-içi: <http://www.turkpsikolojiyazilari.com/PDF/TPY/22/17-30.pdf>], Erişim tarihi: 29 Ekim 2012.

Ong, W. J. (2002). *Orality and literacy: The technologizing of the word* (2nd ed.). New York: Routledge. [Çevrim-içi: [http://monoskop.org/images/f/ff/Ong,\\_Walter\\_J\\_-\\_Orality\\_and\\_Literacy,\\_2nd\\_ed.pdf](http://monoskop.org/images/f/ff/Ong,_Walter_J_-_Orality_and_Literacy,_2nd_ed.pdf)], Erişim tarihi: 29 Ekim 2012.

##### 4.6.2. Elektronik dergiler

###### 4.6.2.1. Dergide Basılan ve İnternette Yayınlanan Elektronik Dergilerden Alınan Makaleler

Hakverdi, M., Dana, T. M., & Swain, C. (2011). Factors influencing exemplary science teachers' levels of computer use. *Hacettepe University Journal of Education*, 41, 219-230. [Available online at: [http://www.efdergi.hacettepe.edu.tr/201141MERAL\\_HAKVERDİ.pdf](http://www.efdergi.hacettepe.edu.tr/201141MERAL_HAKVERDİ.pdf)], Retrieved on October 29, 2012.

###### 4.6.2.2. Sadece Çevrim-içi Yayınlanan Elektronik Dergilerden Alınan Makaleler

Kocdar, S., & Aydın, C. H. (2012). Accreditation of open and distance learning: A framework for Turkey. *Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE*, 13(3), Article 6. [Available online at: [http://tojde.anadolu.edu.tr/tojde48/articles/article\\_6.htm](http://tojde.anadolu.edu.tr/tojde48/articles/article_6.htm)], Retrieved on October 29, 2012.

###### 4.6.2.3. Elektronik veri tabanlarından alınan makaleler

Elektronik veri tabanları için tarih (CD-ROM'lar için belirtilmez), kaynak (örn. SSCI, ERIC) ve veritabanının adı ile diğer ek bilgiler (madde numarası gibi) belirtilmelidir. Web kaynakları içinse, o veritabanına giriş sayfasının adresi (URL) verilmelidir:

Saracho, O. N. (1999). A factor analysis of preschool children's play strategies and cognitive style. *Educational Psychology*, 19(2), pp. 165-180. [Available online, EBSCO database (Academic Search Elite) at: <http://www.ebscho.com>], Retrieved on January 8, 2000.

## 5. ŞEKİLLER

Şekil ve grafikler beyaz bir kâğıt üzerine basılabilecek nitelikte, 130x180 mm'den büyük olmayacak biçimde çizilmiş olmalı, mikrograflar, radiograflar ve fotoğraflar siyah beyaz parlak kâğıda basılmış olmalıdır. Büyük şekiller numaralandırılmalı, alt yazısı olmalı, kaynak kullanılmış ise parantez içinde şekil altına kaynak bilgisi eklenmelidir. Şeklin başlığı sola dayalı, koyu renk ve italik, 11 punto ve başlığın sadece ilk kelimesinin ilk harfi büyük olmalıdır. Şekil içindeki yazılar ise 11 punto olmalıdır. Şekil başlığı ile tablo arasındaki boşluk, 1.15 satır aralığında olmalıdır. Şeklin başlığı, şeklin altında yer almalıdır.

## 6. TABLOLAR

Tablolar sola dayalı ve "Times New Roman" karakterinde, tablo başlığı koyu renk, 11 punto, başlığın sadece ilk kelimesinin ilk harfi büyük olmalı ve başlık, tablo sayısının yanında verilmelidir. Tablo içi değerler/yazılar ise 10 punto olmalıdır. Tablo başlığından sonra 6nk satır aralığı olmalıdır. Tablolar metin içinde tablo sayısı verilerek belirtilmelidir. Tablolar, metin içinde kullanıldıkları veya izleyen sayfada yer almalıdır. İlgili not ve kaynaklar, tablonun altında, "Not:" veya "Kaynak:" ifadelerinden sonra, belirtilmelidir. Tablolar pencereye otomatik olarak sığdırılmalıdır.

## 7. MAKALE ŞABLONU

Bir makale çalışmasıyla ilgili bütün ayrıntılar burada belirtilmemiş olabilir. Biçimlendirmeye ilgili daha ayrıntılı bilgi, dergiye yollanacak çalışmalar için kullanılması gereken şablon dosyada bulunmaktadır. Burada verilen bilgilerle şablon dosyadaki bilgilerin çelişmesi durumunda şablon dosyası temel alınmalıdır.

Çalışmaların derginin yazım kurallarına uygun hazırlanabilmesi için şablon dosyanın kullanılması gerekmektedir (Dosya: Dergi-Şablon). (Dosya-İngilizce: Journal-Template). Eğer yazım işlemi başka bir dosyada yapılmışsa ilgili dosyanın içeriği şablon dosyaya aktarılmalı ve bu dosyada bulunan stiller ilgili (başlıklara-metinlere gibi) yerlere uygulanmalıdır.

## 8. DÜZELTME ÇİZELGESİ

Makaleye ilişkin düzeltme önerileri almış olan yazar(lar), hakem raporları ile birlikte gönderilen "Düzeltilme Çizelgesi" üzerinde, her hakemin istemiş olduğu düzeltme/değişiklik önerilerine dayalı olarak yapılan işlemi sayfa numarası belirterek çizelgede belirtmelidir.

### 1. TITLE AND AUTHOR KNOWLEDGE

*Times New Roman, 11 font size and 1.0 line spacing should be used in the article text. The title should be written in 14 font size and the first letter of the words should be upper case and centered. Articles written in Turkish should include English under the Turkish title, and articles written in English should include the Turkish title under the English title.*

*The name and surname of the author of the study should be written in 11 font size, and the surname should be upper case and centered. The university, faculty/college, city and country information of the author (s) should be indicated under the English title with names (1,2,3) paired with the author's name or names.*

*If the article was presented as a paper in any scientific event, the title of the article should be marked with an asterisk (\*), and the name, location and date of the activity should be indicated at the bottom of the first page of the article. If the article is supported by any research institution or fund, the title of the article should be marked with an asterisk (\*), and the name of the organization providing the support, the project number and the date of completion should be indicated at the bottom of the first page. If the article was produced from postgraduate theses, the title of the article should be marked with an asterisk (\*), and the name of the theses, the name of the consultant and the date of completion should be indicated at the bottom of the first page. All information in footnotes should be 9 font size.*

### 2. ABSTRACT

*Studies can be submitted in Turkish and English languages. Turkish and English abstracts should be included at the beginning of each article. The abstract should be written in a single font with a font size of 10 and not exceeding 260 words, and justified. The citation should not be given in the text of the "abstract". Below each abstract, there should be 3-5 keywords that describe working from that language.*

### 3. SECTIONS AND SECTIONS

*In the article, main titles should be numbered, upper case and written in 12 font size, bold and upper case letters. Subtitle titles (Second level titles) should be written left justified, upper case letters first, 11 pt, bold and italic. Third level titles should be left-justified, 11 point, bold and italic. The first letter of the title should be written in upper case letters.*

*The paragraphs in the text should consist of at least three sentences and a line space should be left between the paragraphs. Articles should not exceed 9000 words.*

*The main parts of the article consist of*

- INTRODUCTION
- METHOD

*- Population and sample / Working Group / Participants / Subjects (only one of them)*

- Data collection method (s) / techniques / tools

- Analysis of the data

- RESULTS
- DISCUSSION, CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS
- ACKNOWLEDGMENTS
- ETHICS STATEMENT
- AUTHOR CONTRIBUTIONS
- REFERENCES

sections, respectively.;

The main text should be written by entering the subtitle “INTRODUCTION” after abstract. METHOD, RESULTS, and DISCUSSION, CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS sections should not be started from the new page, after one section is finished, the other page should follow.

In Turkish articles, dictionaries and spelling guides of Turkish Language Institution should be taken into consideration and Turkish words should be used as much as possible. When using the Turkish equivalent of the concept / term in the field-specific foreign language, the equivalent of the concept / term should be given in parentheses in the first place.

#### 4. SPECIFICATION OF CITIATIONS

At the end of the article, before the appendix (s), the sources should be stated in the order of the author. References should be written one after the other with 9 font size.

All references used in the article should be in accordance with the APA style.

##### 4.1. Citations

All the citations in the article should be in italic in the expressions in parentheses.

##### 4.1.1. Single author

“Ellis (1997), .....”; “According to Ellis (1997).....”; “(Ellis, 1997)”.

##### 4.1.2. Two authors

“Abrams and Ellis (1994), .....”; “According to Abrams and Ellis (1994) ...”; “(Abrams and Ellis, 1994)”.

##### 4.1.3. Three and more authors

After the first author, "et al." is written, then a comma is placed and the date is written: “(Demerouti et al., 2000)”.

##### 4.1.4. Institution writing

In the first submission, the name of the institution is given with the abbreviation and date: “(Massachusetts Institute of Technology [MIT], 1999)”.

##### 4.1.5. In studies with more than one author with the same surname

The initials of their names are also used to distinguish authors of the same surname from each other: “G. Underwood (1998) and J. D. Underwood (1999) .....”.

##### 4.1.6. When the same author has more than one work of the same date

If the same author has more than one work with the same date, a letter is added to the date of publication to distinguish: “(Berke, 2002a)”; “(Berke, 2002b)”.

##### 4.1.7. Citing multiple articles simultaneously

Alphabetical order is followed by author surname: “..... (Işık 1997; Kara 1996; Keskin 1996) .....”.

##### 4.1.8. Citation from the secondary reference

The secondary reference is shown in the main reference list. In the text, only the names of those who did the original work are named. After mentioning the primary source, the secondary source is indicated as “Retrieved from”: “..... (Retrieved from Coltheart, 2001).”; “(Grayson and Meilman; Retrieved from Perine and Lisle, 1995).”.

#### 4.2. Writing the Reference Section

##### 4.2.1. Books



Only the first letter is upper case.

#### 4.2.1.1. Single author

Corey, G. (1991). *Theory and practice of counseling and psychotherapy*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

Ong, W. J. (2002). *Orality and literacy: The technologizing of the word* (2nd ed.). New York: Routledge.

#### 4.2.1.2. Single author

Corsini, R. J., & Wedding, D. (1989). *Current psychotherapies*. Illionis: F.E. Peacock Publishers Inc.

Fidan, N. and Erden, M. (1986). *Eğitim bilimine giriş*. Ankara: Kadioğlu Matbaası.

#### 4.2.1.3. Editorial books

Ellis, A. (1973). *Rational-emotive psychotherapy*, In H. C. Patterson (Ed.), *Theories of counseling and psychotherapy* (pp. 49-57). New York, Harper and Row Publishers.

Sanalan, V. A. (2011). *M-öğrenme uygulamalarına geçiş*. B. B. Demirci, G. T. Yamamoto ve U. Demiray (Ed.) içinde, *Türkiye'de e-öğrenme: Gelişmeler ve uygulamalar II* (ss. 379-388). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

#### 4.2.1.4. Translation books

Ong, W. J. (2012). *Sözlü ve yazılı kültür: Sözüün teknolojileşmesi* (6. Basım) (Çev. Sema Postacıoğlu Banon). İstanbul: Metis Yayıncılık.

#### 4.3. Studies Published in Journals

Tosun, A. (2006). *Depresif belirti düzeyi yüksek kişilerde otobiyografik anıların bilince istemsiz gelişleri ve depresif içerikleri*. *Türk Psikoloji Dergisi*, 21(58), 21-37.

Toma, J. D. (1997). *Alternative inquiry paradigms, faculty cultures, and the definition of academic lives*. *The Journal of Higher Education*, 68, 679-705.

#### 4.4. Papers

Gündüz, B. (1999). *Hemşirelerde stresle başa çıkma biçimleriyle tükenmişlik arasındaki ilişkilerin incelenmesi*. VIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.

#### 4.5. Theses

Ergen, H. (1999). *Türkiye'de eğitim harcamalarının analizi ve yükseköğretimde maliyetler*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

#### 4.6. Electronic References

##### 4.6.1. Citing a specific page (a resource) on a website

###### 4.6.1.1. Announcement

British Council (29 Ekim 2012). *6th Annual GCC nationalisation summit*. Dubai, UAE: Author. [Available online at: <http://www.britishcouncil.org/learning-skills-for-employability-project-policy-dialogue-sixth-annual-gcc-nationalisation-summit.htm>], Retrieved on 29 July 2012.

###### 4.6.1.2. A specific page on a website

Soygüt, G., Çakır, Z. ve Karaosmanoğlu, A. (2008). *Ebeveynlik biçimlerinin değerlendirilmesi: Young ebeveynlik ölçeği'nin psikometrik özelliklerine ilişkin bir inceleme*. *Türk Psikoloji Yazıları*, Aralık 2008, 11(22), 17-30. [Çevrim-içi: <http://www.turkpsikolojiyazilari.com/PDF/TPY/22/17-30.pdf>], Retrieved on 29 June 2012.

Ong, W. J. (2002). *Orality and literacy: The technologizing of the word* (2nd ed.). New York: Routledge. [Çevrim-içi: [http://monoskop.org/images/f/ff/Ong\\_Walter\\_J\\_-\\_Orality\\_and\\_Literacy\\_2nd\\_ed.pdf](http://monoskop.org/images/f/ff/Ong_Walter_J_-_Orality_and_Literacy_2nd_ed.pdf)], Retrieved on 29 October 2012.

##### 4.6.2. Electronic journals

###### 4.6.2.1. Articles from Electronic Journals Published in the Journal and Published on the Internet

Hakverdi, M., Dana, T. M., & Swain, C. (2011). *Factors influencing exemplary science teachers' levels of computer use*. *Hacettepe University Journal of Education*, 41, 219-230. [Available online at: [http://www.efdergi.hacettepe.edu.tr/201141MERAL\\_HAKVERDI.pdf](http://www.efdergi.hacettepe.edu.tr/201141MERAL_HAKVERDI.pdf)], Retrieved on October 29, 2012.

###### 4.6.2.2. Articles From Electronic Journals Only Published Online

Kocdar, S., & Aydın, C. H. (2012). Accreditation of open and distance learning: A framework for Turkey. *Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE*, 13(3), Article 6. [Available online at: [http://tojde.anadolu.edu.tr/tojde48/articles/article\\_6.htm](http://tojde.anadolu.edu.tr/tojde48/articles/article_6.htm)], Retrieved on October 29, 2012.

#### **4.6.2.3. Articles from electronic databases**

For electronic databases, date (not specified for CD-ROMs), source (eg SCCL, ERIC) and name of the database and other additional information (such as item number) should be specified. For web resources, the address (URL) of the home page should be given to that database:

Saracho, O. N. (1999). A factor analysis of preschool children's play strategies and cognitive style. *Educational Psychology*, 19(2), pp. 165-180. [Available online, EBSCO database (Academic Search Elite) at: <http://www.ebscho.com>], Retrieved on January 8, 2000.

### **5. FIGURES**

Figures and graphics should be printed on a white paper, not more than 130x180 mm, micrographs, radiographs and photographs should be printed on black and white glossy paper. Large figures should be numbered, captioned, if the source is used, source information should be added under the figure in parentheses. The title of the figure should be left-justified, bold and italic, 11 font size and only the first letter of the title should be capitalized. Writings in the figure should be 11 points. The space between the figure title and the table should be in the 1.15 line spacing. The title of the figure should be under the figure.

### **6. TABLES**

Tables should be left-justified and in the "Times New Roman" character, the table title should be bold, 11 font size, only the first letter of the title should be upper case and the title should be given next to the number of tables. In-table values/articles should be 10 font size. There should be a 6nk line spacing after the table header. Tables should be specified by giving the number of tables in the text. Tables should be placed in the text or on the following page. Relevant notes and sources should be stated below the table, after the words "Note:" or "Source:". Tables should automatically fit in the window.

### **7. ARTICLE TEMPLATE**

All details about an article work may not be mentioned here. More detailed information about formatting is available in the template file, which should be used for work to be sent to the journal. If the information given here conflicts with the information in the template file, the template file should be based on.

In order to prepare the studies in accordance with the writing rules of the journal, the template file should be used (File: Sample Article). (File-English: Article Template). If the writing is done in another file, the content of the relevant file should be transferred to the template file and the styles included in this file should be applied to the relevant places (such as headings-texts).

### **8. REFEREE CORRECTION DIRECTIVE**

The author (s), who received correction suggestions for the article, should state the procedure on the "Referee Correction Directive" sent with the referee reports, stating the page number based on the correction / change proposals requested by each referee.

## TELİF HAKKI DEVİR FORMU FORM FOR COPYRIGHT

...../...../22

**Makale Başlığı/Article Title:**

.....  
.....  
.....

**Sayın Editör, / Dear Editor,**

**Yayınlanması dileğiyle Uluslararası Egzersiz Psikolojisi Dergisi'ne gönderdiğimiz yukarıdaki başlığı verilen makalenin yazarları olarak; / As the authors of the article given above, which we sent to the International Journal of Exercise Psychology, wishing it to be published;**

**Bu çalışmamın: / We accept and declare that**

- 1. Bilimsel ve etik sorumluluğunun bize ait olduğunu, / the scientific and ethical responsibility of this article belongs to us,**
- 2. Daha önce herhangi bir yerde Türkçe veya yabancı bir dilde yayınlanmadığını, / this study has not been published anywhere in Turkish or in a foreign language,**
- 3. Başka bir yayın organına yayınlanmak üzere gönderilmediğini, / this study has not been sent to another publication to be published,**
- 4. Bütün yazarlarının gönderilen makaleyi gördüğünü ve sonuçlarını onayladığını, / all the authors have seen the submitted article and approved the results,**
- 5. Yayına kabulü halinde tüm yayın haklarının Uluslararası Egzersiz Psikolojisi Dergisi'ne ait olduğunu kabul ve beyan ederiz. / all copyrights belong to the International Journal of Exercise Psychology, after this study is accepted for publication.**

**Makalenin Editörler Kurulunca yayına kabul edilmemesi durumunda bu belge geçersizdir. / In case the article is not accepted for publication by the Editorial Board, this document is invalid.**

**Yazar(lar) / Author(s)**

**İmza / Signature**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

ULUSLARARASI EGZERSİZ PSİKOLOJİSİ DERGİSİ  
International Journal of Exercise Psychology











e-ISSN: 2687-6051

Cilt / Volume: 4

Sayı / Number: 1

Yıl / Year:2022

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

| Sayfa<br>No /<br>Page<br>Number | Makale<br>Türü /<br>Article<br>Type | Makaleler / Articles  |
|---------------------------------|-------------------------------------|---|
| 01-07                           | Araştırma/<br>Research              | Egzersiz Bağımlılığı: Tenis Oyuncuları Örneği<br>Exercise Addiction: The Example of Tennis Players<br><b>Gönül TEKKURŞUN DEMİR<sup>1</sup></b>  <b>Sevinç NAMLI<sup>2</sup></b>   |
| 08-17                           | Derleme/<br>Review                  | Kadın Sporcuların Spor Pazarlamasında ve Spor Medyasında Cinsel Obje Olarak Sunulması Üzerine Bir Derleme Çalışması<br>A Compilation Study on Presenting Female Athletes as Sexual Objects in Sports Marketing and Sports Media<br><b>Murat TURAN<sup>1</sup></b>  , <b>Bülent TATLISU<sup>2</sup></b>  , <b>İzzet UÇAN<sup>3</sup></b>  |
| 18-29                           | Araştırma/<br>Research              | Metaverse Bilgi Düzeyi: Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni Adayları Üzerine Bir İncelenme<br>Metaverse Knowledge Level: An Investigation on Physical Education and Sport Teacher Candidates<br><b>Buğra Çağatay SAVAŞ<sup>1</sup></b>  , <b>Burak KARABABA<sup>1</sup></b>  , <b>Murat TURAN<sup>1</sup></b>                           |
| 30-37                           | Araştırma/<br>Research              | Sporcularda Duygusal Zekâ İle Motivasyon Arasındaki İlişkinin İncelenmesi<br>Examination of the Relationship Between Intelligence and Motivation in Athletes<br><b>İnci GÜLER<sup>1</sup></b>  , <b>Süleyman Erim ERHAN<sup>2</sup></b>   |

## Egzersiz Bağımlılığı: Tenis Oyuncuları Örneği

### Exercise Addiction: The Example of Tennis Players

Gönül TEKKURŞUN DEMİR<sup>1</sup>  Sevinç NAMLI<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Bağımsız Araştırmacı, Ankara, Türkiye.

<sup>2</sup>Erzurum Teknik Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Erzurum, Türkiye.

**ÖZ:** Düzenli olarak yapılan egzersizin, insan sağlığı üzerinde çok yönlü olumlu etkisi bulunmaktadır. Fakat egzersizin gereğinden uzun süre boyunca, yoğun ve sık yapılması, egzersiz bağımlılığı adı altında olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Araştırmada, düzenli olarak tenis oynayan 21-38 yaş gurubundaki, kamu ve özel sektör çalışanlarının egzersiz bağımlılığı düzeyinin incelenmesi amaçlanmıştır. Nicel araştırma modelinin kullanıldığı araştırmaya, bir yıldır haftada en az iki kez tenis oynayan 120 tenis oyuncusu katılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak “Egzersiz Bağımlılığı Ölçeği” kullanılmıştır. Araştırmada Spearman Korelasyon analizi, Mann-Whitney U Testi ve Kruskal-Wallis Testi kullanılmıştır. Araştırmada, katılımcıların yaşı ile bireysel-sosyal ihtiyaçların ertelenmesi ve çatışma alt boyutu arasında pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişki saptanmıştır. Cinsiyete göre egzersiz bağımlılığı anlamlı farklılık göstermemiştir. Gelir düzeyi yüksek olanların tolerans gelişimi ve tutku puanlarının, geliri düzeyi düşük olanlardan anlamlı düzeyde yüksek olduğu saptanmıştır. Sonuç olarak katılımcıların yaşlarındaki artış ve gelir düzeyindeki yükseklik egzersiz bağımlılığını etkileyen bir faktörken, cinsiyetin egzersiz bağımlılığı üzerinde etkisinin olmadığı görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** spor, tenis, tenis oyunu, egzersiz, egzersiz bağımlılığı.

**ABSTRACT:** Regular exercise is known to have multiple positive effects on human health. However, prolonged, excessive, and frequent exercise may bring adverse conditions, such as exercise addiction. This study explored exercise addiction among public and private sector employees aged 21-38 years who play tennis regularly. A total of 120 tennis players, playing tennis at least two times a week for a year, participated in this quantitative study. Exercise Addiction Scale” was used as data collection tool. Spearman Correlation analysis, Mann-Whitney U Test and Kruskal-Wallis Test were used in the research. The findings uncovered low, positive, and significant correlations between age and the postponing individual-social needs and conflict subscales. Exercise addiction did not differ significantly by gender. Determined that those with a high-income level had significantly higher scores on the tolerance development and passion subscales than those with a low-income group. In conclusion, older age and high income are the factors affecting exercise addiction, but there is no relationship between gender and exercise addiction.

**Keywords:** sport, tennis, tennis game, exercise, exercise addiction.

#### AÇIK ERİŞİM

##### Editör:

Deniz BEDİR  
Erzurum Teknik Üniversitesi, Spor Bilimleri  
Fakültesi, Erzurum, Türkiye.

##### Hakemler:

Çetin YAMAN  
Sakarya Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi,  
Sakarya, Türkiye.  
Diyar KAYA SAYLAM  
Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Spor  
Bilimleri Fakültesi, Manisa, Türkiye.

##### İletişim:

Gönül TEKKURŞUN DEMİR  
gonultekkursun@hotmail.com  
Sevinç NAMLI  
sevinc.namli@erzurum.edu.tr

##### Tarihler:

Geliş: 31.12.2021  
Kabul: 13.04.2022  
Yayınlanma: 30.06.2022

##### Künye:

Tekkurşun Demir, G. & Namlı, S. (2022).  
Egzersiz bağımlılığı: Tenis oyuncularını örneği.  
Int.JourExerPsyc, 4(1):01-07.  
<https://doi.org/10.51538/intjouexerpsyc.1051393>

## 1. GİRİŞ

Egzersiz, fiziksel performansın korunmasını sağlayan, fiziksel uyumu geliştirmeyi hedefleyen (Salar ve ark., 2015), bireyin istekli bir şekilde düzenli yaptığı fiziksel etkinlikler olarak tanımlanmaktadır (Caspersen ve ark., 2000). İskelet ve kas sistemlerinin işlevselliğini geliştirmek, azalmış olanları arttırmak, metabolik hastalık risklerini en aza indirmek, psikolojik iyi oluş durumuna katkıda bulunmak amacıyla düzenli olarak yapılan egzersiz (Baltacı & Düzgün, 2008; Şahin, 2004), sağlık durumunu ve fiziksel işlevselliği korumak ve ileriye götürmek amacıyla yapılan fiziksel aktivitelerin bir bütünüdür (Özer, 2013).

Endüstriyel olarak gelişmiş ülkelerde kalp-damar hastalıkları, dolaşım bozuklukları ve aşırı kilo problemlerine sık sık rastlanmaktadır (Di Lodovico ve ark., 2019). Nitekim yaşadığımız çağ, hareketsizliğin giderek artması sorunu beraberinde getirmiştir. Fiziksel etkinliklerin gittikçe azalması, insanların saatlerce fiziksel bir eylemde bulunmaması akabinde hastalıklar çoğalmış, duruş bozuklukları ve aşırı kilo sorunları doğmuştur (Namlı & Yaman, 2019). Egzersiz bu olumsuzlukların önüne geçmek için insan hayatında vazgeçilmez bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Düzenli yapılan egzersizler bireye psikolojik, sosyal, fiziksel ve bilişsel olarak katkı sağlamaktadır.

Egzersizin bireye çok yönlü faydaları bulunmaktadır. Bu faydaların farkına varıp egzersizi yaşam biçimi haline dönüştüren insanlar azımsanmayacak derecede fazladır. Fakat bununla birlikte uzun süreler boyunca, aşırı, sık ve yoğun şekilde egzersiz yapmak bağımlılığa neden olmaktadır. Literatürde bu durum “egzersiz bağımlılığı” olarak adlandırılmaktadır (Demir ve ark., 2018). Bağımlılık, TDK’ya (Türk Dil Kurumu, 2021) göre, bireyi bir süre mutlu eden, sonra alışkanlığa dönüşen en son da baskı hissettiren bir durumdur. Bağımlılık bir nesneye, eyleme veya bir bireye karşı konulamaz derecede arzu veya istek duyma durumudur (Uzbay, 2009). Bağımlılık kavramı akla ilk olarak madde, alkol veya kumar bağımlılığını getirmektedir. Oysaki bağımlılık yelpazesi oldukça geniştir ve internet, dijital oyun, yeme, seks, alışveriş bağımlılığı gibi birçok bağımlılık türü mevcuttur. Bu türlerden biri de egzersiz bağımlılığıdır.

Egzersiz bağımlılığı, hedeflenen bedene ulaşmak için bireyin egzersiz seanslarını, sıklığını, süresini, şiddetini sürekli olarak arttırması, sosyalleşmek yerine egzersizi seçmesi, egzersiz yapma isteğinin bireyin kontrolünden çıkması, sinema-tiyatro gibi aktiviteler yerine egzersiz yapmayı istemesi ve egzersiz yapmak uğruna yaşamındaki pek çok şeyi yeniden şekillendirmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Szabo ve ark., 2015; Lim, 2020). Fiziksel, fizyolojik, finansal, sosyal ve zihinsel olumsuz sonuçlar doğran egzersiz bağımlılığı, beklenen fayda yerine bağımlılık gibi olumsuz sonuçlar doğurmaktadır (Çetin ve ark., 2020) ve bireyin sağlığı için ciddi risk oluşturmaktadır (Polat & Şimşek, 2015). Egzersizin bağımlılık olarak kabul edilmesi için DSM-IV yayımlanan 7 kriterden bireyin en az 3 kriteri sağlaması gerekmektedir. Bu kriterler; egzersiz yapmadığında kişinin kendisini huzursuz, kaygılı hissetmesi ve agresif davranışlar sergilemesi (yoksunluk etkisi), yapılan egzersizden tatmin olamama sonucunda sürekli şiddetini ve süresini arttırma durumu (tolerans), bireyin kendini kontrol edememesi (Berczik ve ark., 2012), egzersizi bırakmak veya azaltmak istese bile başaramaması (kontrol kaybı), egzersiz yapmaya çok fazla zaman ayırması (zaman), planladığı egzersiz programının dışına çıkarak daha fazla zaman ayırması ve şiddetini arttırması (niyet etkisi) ve kişinin sosyalleşmek veya farklı aktiviteler için ayırdığı zamanı egzersiz yaparak geçirme (diğer aktivitelerde azalma), sağlık durumunun el vermediği (sakatlık, hastalanma) zamanlarda bile egzersiz yapmayı istemesi (devamlılık) şeklindedir (American Psychiatric Association, 2013; Köroğlu, 2001).

Literatürde düzenli spor yapanların % 7,7 ile % 12’sinin arasında egzersiz bağımlılığı semptomu gösterdiği (Bavli ve ark., 2015) ve haftalık tekrarlanan egzersiz sıklığının egzersiz bağımlılığını tetiklediği belirtilmektedir (Costa ve ark., 2012). Bu noktada düzenli olarak tenis oynayan bireylerin, egzersiz bağımlılığı düzeylerinin saptanması akla gelmektedir. Bireylerin sağlıklı yaşam kazanımları elde etmek için yaptığı tenis sporunun, egzersiz bağımlılığına dönüşme riskinin ne düzeyde olduğunun ortaya konması önemlidir. Çünkü sağlıklı vücut, zihin ve olumlu duygulara sahip olmak için yapılan egzersizin, bağımlılığa dönüşmesi durumunda, sosyal, mental ve bedensel yönden sorunlar yaşatması söz konusu olabilir. Bu bağlamda mevcut araştırmada, en az bir yıldır, haftada en az iki kez tenis oynayan bireylerin egzersiz bağımlılığı düzeyinin yaş, cinsiyet ve gelir düzeyi açısından incelenmesi amaçlanmıştır.

## 2. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, çalışma gurubu, veri toplama araçları ve verilerin analizi ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

### 2.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada nicel araştırma modellerinden tarama yöntemi kullanılmıştır. Tarama yöntemi, geniş gruplarla çalışma olanağı sağlayan, bir kavram, olay veya nesneye gruptaki bireylerin tutumlarını olayların olduğu gibi kendi koşulları içinde betimlenmeye çalışıldığı yöntemdir (Karasar, 2015).

### 2.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, Ankara ilinde çeşitli tenis akademilerinde düzenli olarak tenis oynayan bireyler oluşturmaktadır. Katılımcıların yaşı 21-38 arasında değişmektedir. Katılımcıların 47'si (%37) kadın ve 79'u (% 63) erkektir. Katılımcıların 40'ı (%32) bekar ve 86'sı (% 68) evli tenis oyuncusudur. Eğitim durumu incelendiğinde katılımcıların 18'inin (%14) orta, 44'ünün (%35) lise ve 64'ünün (%51) üniversite mezunu olduğu görülmüştür. Kamu-özel sektörde çalışan katılımcıların 26'sının (%21) düşük, 54'ünün (%43) orta, 46'sının (%36) yüksek maddi gelir düzeyine sahip olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın çalışma grubu seçiminde ölçüt örneklemeden yararlanılmıştır. Bu bağlamda en az 1 yıldır haftada en az 2 kez tenis oynama kriteri konmuş, bu kriteri taşıyan bireyler araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırmada, amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Ölçüt örnekleme, araştırmayı yürütenler tarafından konan kriterlere uygun çalışma grubunun seçilmesidir (Patton, 2014).

### 2.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmada Egzersiz Bağımlılığı Ölçeği (EBÖ) kullanılmıştır. EBÖ, Demir, Hazar ve Cicioğlu (2018) tarafından geliştirilen 17 madde ve 3 faktörden oluşmaktadır. EBÖ beşli likert tipinde bir dereceleme sahiptir. Egzersiz bağımlılığı düzeyini ölçmek amacıyla kullanılan EBÖ'nün örneklem grubu için güvenilirliği test edilmiştir. Bu doğrultuda EBÖ'nün Cronbach Alpha değeri "Aşırı Odaklanma ve Duygu Değişimi" için .81; "Bireysel-Sosyal İhtiyaçların Ertelenmesi ve Çatışma" için .79; "Tolerans Gelişimi ve Tutku" için .86'dır. Ölçekte ters (olumsuz) madde bulunmamaktadır. EBÖ'nün puan aralıkları "1-17 normal grup, 18-34 az riskli grup, 35-51 risk grubu, 52-69 bağımlı grup, 70-85 yüksek düzeyde bağımlı grup" olarak değerlendirilmektedir.

### 2.4. Verilerin Analizi

Veriler herhangi bir analize tabi tutulmadan önce parametrik testlerin ön şartlarını sağlayıp sağlamadığı incelenmiştir. Normallik testi ve varyansların homojenliği için yapılan "Kolmogorov-Smirnov Testi" ile "Levene Testi" sonucunda dağılımı  $\pm 1$  aralığında olmayan değişkenlere non-parametrik testler uygulanmıştır (Büyüköztürk, 2014). Katılımcıların yaş değişkeni ile egzersiz bağımlılığı düzeyi arasındaki ilişkinin saptanması için Spearman Korelasyon analizi yapılmıştır. Tenis oyuncularının cinsiyeti ile egzersiz bağımlılığı düzeyi arasında fark olup olmadığını saptamak üzere Mann-Whitney U Testi uygulanmıştır. Ayrıca katılımcıların gelir düzeyi ile egzersiz bağımlılığı düzeyi arasında anlamlı farklılık olup olmadığını araştırmak için Kruskal-Wallis Testinden yararlanılmıştır. Buna göre, Mann-Whitney U Testi için "Z" dağılımı istatistiği, Kruskal-Wallis Testi için "Ki-Kare" dağılımı istatistiği dikkate alınmıştır. Uygulanan istatistik testlerde güven düzeyi .05 olarak esas alınmıştır.

## 3. BULGULAR

Katılımcılardan elde edilen verilere ait analiz ve analiz sonucu yorumları bu bölümde yer almaktadır.

**Tablo 1.** Katılımcıların egzersiz bağımlılığı puanları ile yaş değişkeni arasındaki ilişki

| Değişken | Aşırı Odaklanma ve Duygu Değişimi | Bireysel-Sosyal İhtiyaçların Ertelenmesi ve Çatışma | Tolerans Gelişimi ve Tutku |
|----------|-----------------------------------|---|----------------------------|
| Yaş      | r .146                            | .186  | .095                       |
|          | p .80                             | .03*  | .91                        |

p\* < .05

Tablo 1’de katılımcıların yaş değişkeni ile EBÖ arasında yapılan Spearman Korelasyon Testi ait gösterilmektedir. Yapılan analiz sonucunda, yaş değişkeni ile bireysel-sosyal ihtiyaçların ertelenmesi ve çatışma alt boyutu arasında pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişki tespit edilmiştir (r=186; p<.05).

**Tablo 2.** Cinsiyete göre yapılan Mann Whitney-U testi sonuçları

|   | Cinsiyet | N  | U       | Z      | p   |
|---|----------|----|---------|--------|-----|
| Aşırı Odaklanma ve Duygu Değişimi                   | Kadın    | 47 | 606.000 | -.976  | .32 |
|   | Erkek    | 79 |         |        |     |
| Bireysel-Sosyal İhtiyaçların Ertelenmesi ve Çatışma | Kadın    | 47 | 516.500 | -1.745 | .08 |
|   | Erkek    | 79 |         |        |     |
| Tolerans Gelişimi ve Tutku                          | Kadın    | 47 | 684.500 | -.310  | .75 |
|   | Erkek    | 79 |         |        |     |

p\* < .05

Tablo 2’de katılımcıların cinsiyetleri ile EBÖ arasındaki anlamlı farklılığı tespit etmek amacıyla yapılan Mann Whitney U testine ait bulgular görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların cinsiyetleri ile egzersiz bağımlılığı puanları arasında anlamlı farklılık saptanmamıştır (p>.05).

**Tablo 3.** Gelir düzeyine göre Kruskal-Wallis testi sonuçları

p\* < .05

|   | Gelir      | N  | S.O   | $\chi^2$ | p    | Fark |
|---|------------|----|-------|----------|------|------|
| Aşırı Odaklanma ve Duygu Değişimi                   | Düşük (a)  | 26 | 52.79 | 4.378    | .22  | -    |
|   | Orta (b)   | 54 | 45.56 |          |      |      |
|   | Yüksek (c) | 46 | 59.62 |          |      |      |
| Bireysel-Sosyal İhtiyaçların Ertelenmesi ve Çatışma | Düşük (a)  | 26 | 50.40 | 3.619    | .30  | -    |
|   | Orta (b)   | 54 | 46.63 |          |      |      |
|   | Yüksek (c) | 46 | 59.28 |          |      |      |
| Tolerans Gelişimi ve Tutku                          | Düşük (a)  | 26 | 34.68 | 9.019    | .02* | c*a  |
|   | Orta (b)   | 54 | 50.91 |          |      |      |
|   | Yüksek (c) | 46 | 62.38 |          |      |      |

Tablo 3’te katılımcıların asgari ücrete göre gelir düzeyi ile egzersiz bağımlılığı düzeyi Kruskal Wallis Testi ile incelenmiştir. Buna göre katılımcıların gelir düzeyi ile Tolerans Gelişimi ve Tutku arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir (p<.05). Lehine anlamlı farklılık gösteren gruplar \* ile gösterilmiştir. Buna göre, gelir düzeyi yüksek olanların tolerans gelişimi ve tutku puanlarının ( $\bar{x}$ = 62.38), geliri düzeyi düşük olanların ( $\bar{x}$ = 34.68) puan ortalamasından anlamlı düzeyde yüksek olduğu tespit edilmiştir ( $\chi^2$ =9.019; p<.05).

#### 4. TARTIŞMA

Tenis sporunun stres atma ve sağlıklı yaşamın anahtarı olarak görülmesinden dolayı pek çok birey tenise yönelmektedir. Bireyler eğlenmek, fit kalmak amacıyla düzenli olarak tenis oynasalar da, artan egzersiz saatleri zamanla egzersiz bağımlılığına giden karanlık yolun kapısını aralayabilir. Nitekim uzun ve artan saatler boyunca egzersiz yapmak tehlike yaratabilir. Çünkü egzersiz yaparak stresten uzaklaştığını, iyi hissettiğini düşünen bireyde egzersiz bağımlılığı riski doğmaya başlar. Zamanla katı egzersiz planları oluşturan bireyler yaralanmalarla karşılaşsa dahi kendini egzersizden alamaz. Bu basamakların son aşamasında ise, birey artık bağımlıdır. Sosyalleşmeye zaman ayıramaz. Yaşamını egzersiz planı üzerine düzenler ve olumsuz etkilerle karşılaşmasına rağmen kontrolsüzce egzersiz yapar. Bu bağlamda önceleri stres atma amaçlı oynanan tenis, zamanla vazgeçilemeyen bir egzersiz vasıtası olarak görülmesi faydalı olan bu etkinliğin zamanla bağımlılık adı altında zarara dönüşmesine neden olabilir. Çetin ve ark. (2020), tarafından egzersizin olumlu etkileri olduğu gibi kontrolsüzce yapıldığında bedensel, sosyal ve zihinsel açıdan olumsuz etkilerinin de olacağı vurgulanmaktadır. Bununla birlikte egzersiz bağımlılığındaki artışın bireyin/sporcunun performansını olumsuz etkilediği belirtilmiştir. Bu bağlamda araştırmada, düzenli olarak 1 yıldır haftada en az 2 kez tenis oynayan, farklı meslek gruplarında çalışan bireylerin egzersiz bağımlılığının incelenmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın ilk bulgusunda yaş değişkeni ile bireysel-sosyal ihtiyaçların ertelenmesi ve çatışma alt boyutu arasında pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişki saptanmıştır. Buna göre 21-38 yaş grubundaki bireylerin yaşı arttıkça egzersiz bağımlılığının arttığı, bu bireylerin çevresindekilere ayırdığı zamandan kısarak egzersize yöneldiği,



zaman zaman kendi ihtiyaçlarını dahi erteleyerek egzersizi sürdürdüğü, kendine zarar vermektan kendini alamadığı söylenebilir. Çetin ve ark. (2020), göre “bireylerin fiziksel, zihinsel, duygusal ve sosyal yönden sağlıklı olabilmeleri açısından önemli bir rolü olan egzersizin aşırı düzeyde ve kontrolsüz bir şekilde yapılması, beklenen fayda yerine bağımlılık gibi olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir.” Araştırma bulgularına benzer olarak Katre (2021), yaş ile egzersiz bağımlılığı arasında pozitif yönde anlamlı ilişki saptamış ve egzersiz bağımlılığının yaşla beraber arttığını belirtmiştir. Araştırma bulgularından farklı olarak Zırhlıoğlu (2011), yaş ile egzersiz bağımlılığı arasında negatif yönde bir ilişki bulmuş ve yaşın artmasıyla beraber bireylerin egzersiz bağımlılığı düzeyinin azaldığını ifade etmiştir. Kavuran ve ark. (2020) tarafından bireylerin yaş ile egzersiz bağımlılığı arasında negatif bir ilişki saptanmış ve uzun süre egzersizle ilgilenen bireylerin egzersiz yapmaktan dolayı yaşayacağı yorgunluğun onların egzersiz bağımlılığını düşüreceğine ilişkin görüş bildirmiştir. İlbak ve Altun (2020), ise egzersiz bağımlılığı ile yaş arasında bir ilişki olmadığını ortaya koymuştur. Benzer şekilde Kovacsik (2020), takım ve bireysel sporlarla uğraşan profesyonel sporcuların egzersiz bağımlılığı ve yaş değişkeni arasında anlamlı bir ilişkiye rastlamamıştır.

Araştırmada farklı meslek gruplarında çalışan 21-38 yaş gurubundaki bireylerin cinsiyetine göre egzersiz bağımlılığı düzeyi incelenmiş ve katılımcıların cinsiyetine göre egzersiz bağımlılığı puanlarında anlamlı farklılık görülmemiştir. Buna göre erkek ve kadın katılımcıların benzer düzeyde egzersiz bağımlılığı puanlarına sahip olduğu söylenebilir. Kadın ve erkeklerin benzer haklara sahip olması, cinsiyet farkı gözetmeksizin bireylerin her aktiviteye, egzersiz ve spora eşit düzeyde katılımını sağlamaktadır. Araştırma bulgularına benzer olarak Di Lodovico ve ark., (2019), yaptığı araştırmada kadın ve erkeklerin benzer egzersiz bağımlılığına sahip olduğunu saptamıştır. Ayrıca Pierce ve ark. (1997) ile Çetin ve ark. (2020), cinsiyetin egzersiz bağımlılığı üzerinde bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Batu ve Aydın (2020), araştırmasında kadın ve erkeklerin egzersiz bağımlılığının benzer düzeyde olduğunu saptamıştır. Araştırma bulgularından farklı olarak Cicioğlu ve ark. (2019), erkeklerin bağımlılık düzeylerinin kadınlara göre daha yüksek olduğunu tespit etmiş ve egzersiz yapma sıklığının kadın ile erkeklerin bağımlılık düzeylerini değiştirebileceğini vurgulamıştır. Polat ve Şimşek (2015) ise kadınların egzersiz bağımlılığının erkeklerden daha yüksek olduğunu saptamıştır. Cinsiyet açısından değerlendirme yapılan bir çalışmada da erkeklerin daha bağımlı olduğu belirtilmiştir (Hausenblass ve Downs, 2002). Egzersiz bağımlılığında cinsiyet faktörünü araştıran Dumitru ve ark. (2018), 27 araştırmayı inceledikleri çalışma sonucunda erkelerin egzersiz puanlarının daha fazla olduğunu bildirmişlerdir.

Araştırmanın son bulgusunda gelir düzeyi yüksek olanların tolerans gelişimi ve tutku puanlarının, geliri düzeyi düşük olanlardan anlamlı düzeyde yüksek olduğu saptanmıştır. Buna göre ekonomik düzeyin tenise katılım sıklığı üzerinde etkili olduğu düşünülebilir. Tenis sporunun özel ekipmanlarının olması ve bu ekipmanları satın alabilme gücündeki artışın bireylerin tenise olan düşkünlüğünü de arttırdığı düşünülebilir. Nitekim tenis sporu pahalı bir spor dalıdır. Bu sporun her kesim tarafından tercih edilememe nedenlerinin en belirginini de tenisin pahalı görülmesidir. Gelir düzeyi yüksek olan katılımcıların, gelir düzeyi düşük olanlara göre tolerans ve tutku düzeylerindeki belirgin yüksekliğin de bu bireylerin rahatlıkla tenise ulaşabilmesinin yanısıra tenise katılımda egzersizden daha fazla vazgeçemediğinin, istenilen amaca varana dek egzersizi artırmaktan kendini alamadığının göstergesi olarak düşünülebilir. Uz ve Bavlı (2015), ekonomik gelir düzeyinin egzersiz bağımlılığını artırıcı bir unsur olduğunu belirtmiştir. Araştırma bulgularına paralel olarak Kayhan ve ark. (2021), fitness salonunda spor yapanlar üzerine yaptığı bir araştırmada, ekonomik gelir düzeyi yüksek olanların, ekonomik gelir düzeyi düşük olanlara kıyasla egzersiz bağımlılığı düzeyinin yüksek olduğunu tespit etmiştir.

Sonuç olarak katılımcıların gelir düzeyi düşük olanların egzersiz bağımlılığı düzeyinin gelir düzeyi yüksek olanlara kıyasla daha az olduğu araştırmanın en göze çarpan sonucu olmuştur. Öte yandan katılımcıların yaşının arttıkça egzersiz bağımlılığının da arttığı görülmüştür. Araştırmada cinsiyet değişkeninin egzersiz bağımlılığı üzerinde bir etkisinin olmadığı sonucuna varılmıştır.

Araştırmaya en az 1 yıldır düzenli tenis oynayan dahil edilmiştir. Daha sonra yapılacak çalışmalarda bu sürenin daha uzun tutulmasının ve hatta deneysel çalışmalarda yapılmasının daha verimli sonuçlara götüreceği düşünülmektedir. Bu bağlamda literatüre katkı sağlamak adına bu ölçütlerin dikkate alınarak yeni araştırmaların yapılması önerilmektedir.

## 5. ETİK BEYANI

Bu araştırmada Atatürk Üniversitesi E-70400699- 050.02.04-2100354473 sayılı etik kurul raporu ile gerekli izinler alınmıştır.

## 6. YAZAR KATKILARI

Araştırmanın uygulanması, veri toplanması kısımlarında GTD, literatür taraması, yazım ve düzenleme kısımlarında SN görev almıştır.

## 7. KAYNAKLAR

- Amerikan Psikiyatri Birliği (2013). *DSM-5 tanı ölçütleri başvuru el kitabı* (E. Köroğlu, Çev.). Hekimler.
- Baltacı, G., Düzgün, İ., & Tedavi, F. (2008). *Adolesan ve egzersiz*. Sağlık Bakanlığı Yayın.
- Batu, B., & Aydın, A. D. (2020). Elit yüzme sporcularının egzersiz bağımlılığı düzeylerinin incelenmesi. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 5(4), 399-412. <https://doi.org/10.31680/gaunjs.805038>
- Bavlı, Ö., Işık, S., Canpolat, O., Aksoy, A., Günar, B. B., Gültekin, K., Katra, H., Uzun, M., & Ödemiş, M. (2015). Dansçılarda egzersiz bağımlılığı semptomunun incelenmesi. *Uluslararası Spor Egzersiz ve Antrenman Bilimi Dergisi*, 1(2), 120-124. <https://doi.org/10.18826/ijsets.14813>
- Berczik, K., Szabo, A., Griffiths, M., Kurimay, T., Kun, B., Urbán, R., & Demetrovics, Z. (2012). Exercise addiction: symptoms, diagnosis, epidemiology, and etiology. *Substance Use ve Misuse*, 47:403-417. <https://doi.org/10.3109/10826084.2011.639120>
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2017). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi. <https://depo.pegem.net/9789944919289.pdf>
- Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Pegem Akademi. <https://depo.pegem.net/9789756802748.pdf>
- Caspersen, C. J., Pereira, M. A., & Curran, K. M. (2000). Changes in physical activity patterns in the United States, by sex and cross-sectional age. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 32(9), 1601-1609. [https://journals.lww.com/acsm-msse/Fulltext/2000/09000/Changes\\_in\\_physical\\_activity\\_patterns\\_in\\_the.00013.aspx](https://journals.lww.com/acsm-msse/Fulltext/2000/09000/Changes_in_physical_activity_patterns_in_the.00013.aspx)
- Cicioğlu, H. İ., Demir, G. T., Bulğay, C., & Çetin, E. (2019). Elit düzeyde sporcular ile spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin egzersiz bağımlılığı düzeyleri. *Bağımlılık Dergisi*, 20(1), 12-20. <https://dergipark.org.tr/en/pub/bagimli/issue/40920/514502>
- Costa, S., Cuzzocrea, F., Hausenblas, H. A., Larcán, R., & Oliva, P. (2012). Psychometric examination and factorial validity of the Exercise Dependence Scale-Revised in Italian exercisers. *Journal of Behavioral Addictions*, 1(4), 186-190. <https://doi.org/10.1556/jba.1.2012.009>
- Çetin, E., Bulğay, C., Demir, G. T., Cicioğlu, H. İ., Bayraktar, I., & Orhan, Ö. (2021). The examination of the relationship between exercise addiction and performance enhancement in elite athletes. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19(4), 1019-1030. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00208-9>
- Demir, G. T., Hazar, Z., & Cicioğlu, H. İ. (2018). Egzersiz bağımlılığı ölçeği (EBÖ): geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(3), 865-874.
- Di Lodovico, L., Poulains, S., & Gorwood, P. (2019). Which sports are more at risk of physical exercise addiction: A systematic review. *Addictive Behaviors*, 93, 257-262. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2018.12.030>
- Dumitru, D. C., Dumitru, T., & Maher, A. J. (2018). A systematic review of exercise addiction: Examining gender differences. *Journal of Physical Education and Sport*, 18(3), 1738-1747. <https://doi.org/10.7752/jpes.2018.03253>
- Hausenblas, H. A., & Downs, D. S. (2002). Relationship among sex, imagery and exercise dependence symptoms. *Psychology of Addictive Behaviors*, 16(2), 169. <https://doi.org/10.1037/0893-164X.16.2.169>
- İlbak, İ. & Altun, M. (2020). Sedanter olmayan bireylerin egzersiz bağımlılığı düzeylerinin incelenmesi. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 3(1), 11-19. <https://dergipark.org.tr/en/pub/comusbd/issue/54735/707127>
- Karasar, N. (2015). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (28. basım). Nobel Akademik Yayıncılık. [https://www.nobelyayin.com/bilimsel-arastirma-yontemi-kavramlar-ilkeler-teknikler\\_1755.html](https://www.nobelyayin.com/bilimsel-arastirma-yontemi-kavramlar-ilkeler-teknikler_1755.html)
- Katra, H. (2021). Egzersiz yapan bireylerde egzersiz bağımlılığı ve benlik saygısı. *Bağımlılık Dergisi*, 22(4), 370-378. <https://doi.org/10.51982/bagimli.897106>
- Kavuran, K., Mutlu Bozkurt, T. & Dursun, M. (2020). Addiction to exercise of professional and amateur football players comparison of levels. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 10(4), 809-820. <https://doi.org/10.26579/jocress.408>
- Kayhan, R. F., Kalkavan, A., & Terzi, E. (2021). Fitness salonlarında spor yapan bireylerin egzersiz bağımlılığı düzeyleri ve ilişkili değişkenler. *Bağımlılık Dergisi*, 22(3), 248-256. <https://doi.org/10.51982/bagimli.893414>
- Kovacsik, R., Soós, I., de la Vega, R., Ruíz-Barquín, R., & Szabo, A. (2020). Passion and exercise addiction: Healthier profiles in team than in individual sports. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 18(2), 176-186. <https://doi.org/10.1080/1612197X.2018.1486873>
- Köroğlu, E. (2001). *Amerikan psikiyatri birliği: Psikiyatride hastalıkların tanımlanması ve sınıflandırılması el kitabı* (4. Baskı). (Köroğlu, E. Çev.). Hekimler.
- Türk Dil Kurumu. (2021, Aralık). Türk Dil Kurumu Sözlükleri. <https://sozluk.gov.tr>
- Lim, M. A. (2021). Exercise addiction and COVID-19-associated restrictions. *Journal of Mental Health*, 30(2), 135-137. <https://doi.org/10.1080/09638237.2020.1803234>
- Namlı, S. & Yaman, Ç. (2019). Her yönüyle spor. Gülten Hergüner (Ed.), *Otizm ve egzersiz ilişkisi*. (212-228). Güven Yayıncılık. <https://www.guvenplus.com.tr/imagesbuyuk/HER-YONUYLE-SPOR.pdf>

- Özer, K. (2013). *Fiziksel uygunluk* (4. Baskı). Nobel. [https://www.nobelyayin.com/kitap\\_bilgileri/dosyalar/fiziksel\\_jen\\_182359.pdf](https://www.nobelyayin.com/kitap_bilgileri/dosyalar/fiziksel_jen_182359.pdf)
- Pierce, E. F., Rohaly, K. A., & Fritchley, B. (1997). Sex differences on exercise dependence for men and women in a marathon road race. *Perceptual and Motor Skills*, 84(3), 991-994. <https://doi.org/10.2466/pms.1997.84.3.991>
- Polat, C., & Şimşek, K. Y. (2015). Spor merkezlerindeki bireylerin egzersiz bağımlılığı düzeylerinin incelenmesi: Eskişehir ili örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(15), 354-369. <http://dx.doi.org/10.16992/ASOS.765>
- Salar, B., Hekim, M., & Tokgöz, M. (2012). 15-18 yaş grubu takım ve ferdi spor yapan bireylerin duygusal durumlarının karşılaştırılması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (6), 123-135. <https://dergipark.org.tr/en/pub/makusobed/issue/19438/206734>
- Szabo, A., Griffiths, M. D., de La Vega Marcos, R., Mervó, B., & Demetrovics, Z. (2015). Methodological and conceptual limitations in exercise addiction research. *The Yale Journal of Biology and Medicine*, 88(3), 303-308. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4553651>
- Şahin, H. M. (2004). *Beden eğitimi ve sporda temel kavramlar sözlüğü* (2. Baskı). Nobel. [https://www.nobelyayin.com/kitap\\_2189.html](https://www.nobelyayin.com/kitap_2189.html)
- Uz, İ., & Bavlı, Ö. (2015). *Fitness merkezlerine düzenli katılan bireylerde egzersiz bağımlılığının incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Uzbay, İ. T. (2009). Madde bağımlılığının tarihçesi, tanımı, genel bilgiler ve bağımlılık yapan maddeler. *Meslek İçi Sürekli Eğitim Dergisi*. 6-15. [http://www.eczaakademi.org/images/upld2/ecza\\_akademi/makale/20110325100354madde\\_bagimliliği\\_tarihcesi.pdf](http://www.eczaakademi.org/images/upld2/ecza_akademi/makale/20110325100354madde_bagimliliği_tarihcesi.pdf)
- Zırhlioğlu, G. (2011). Egzersiz bağımlılığının egzersiz davranış parametrelerine göre incelenmesi: Van ili örneği. *Sport Sciences*, 6(4), 214-222. <https://dergipark.org.tr/en/pub/nwsaspor/issue/20135/213785>

## Kadın Sporcuların Spor Pazarlamasında ve Spor Medyasında Cinsel Obje Olarak Sunulması Üzerine Bir Derleme Çalışması

### A Compilation Study on Presenting Female Athletes as Sexual Objects in Sports Marketing and Sports Media

Murat TURAN<sup>1</sup>, Bülent TATLISU<sup>2</sup>, İzzet UÇAN<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Erzurum Teknik Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Erzurum, Türkiye.

<sup>2</sup>Bayburt Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Bayburt, Türkiye.

<sup>3</sup>Atatürk Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Erzurum, Türkiye.

**ÖZ:** Bu araştırma spor yapan kadınların çeşitli medya organları tarafından yeni rekabet alanlarının oluşması nedeni ile tüketim adı altında kadın bedeninin cinsel bir obje haline getirilip izleyici ve tüketicilere sunulması araştırma amacıyla yapılmıştır. Dünya düzeni yirminci yüzyılın son çeyreğinde modernite olarak ifade edilen bir dönüşüm süreci içerisine girmiş ve bu süreçle birlikte görsel ve yazılı basında kadının yeri bu dönüşümden çok büyük ölçüde etkilenmiştir. Toplumsal yapıda meydana gelen değişiklikler nedeni ile medya organları tüketiciye karşı farklı politikalar izlemeye başlamış ve bu politikalar arasında en dikkat çeken ise erotikleşmeyi birçok marka ve ürün tanıtımının içerisine sokup sporcu kadınların bedenlerini medya ve çeşitli organlar tarafından cinsel bir obje haline dönüştürüp sunmasıdır. Araştırma modeli olarak nitel araştırma yöntemlerinden betimsel durum çalışması ile doküman analizi çalışması kullanılmıştır. Araştırma sonucunda spor yapan ve sporcu olan kadınların yapmış olduğu branşlarındaki başarılar veya sağlık amaçlı yapılan sporun; kamera karşısında veya çeşitli basın ve yayın organlarında cinsel bir objeye dönüştürülüp tüketiciye sunulduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** cinsel obje, modernite, spor pazarlaması, spor medyası.

**ABSTRACT:** This research was carried out to investigate how the female body is turned into a sexual object and presented to the audience and consumers under the name of consumption, due to the formation of new competition areas by various media organs of women doing sports. The world order entered a transformation process called modernity in the last quarter of the twentieth century, and with this process, the place of women in the visual and print media was greatly affected by this transformation. Due to the changes in the social structure, media organs have started to follow different policies against the consumer, and the most striking among these policies is that by introducing eroticization into many brand and product promotions, the sportswomen's bodies are transformed into a sexual object by the media and various organs. As a research model, descriptive case study and document analysis study, which are among the qualitative research methods, were used. Because of the research; It has been determined that it is turned into a sexual object in front of the camera or in various press and media organs and presented to the consumer.

**Keywords:** sexual object, modernity, sports marketing, sports media.

#### ACIK ERİŞİM

##### Editör:

Deniz BEDİR  
Erzurum Teknik Üniversitesi, Spor Bilimleri  
Fakültesi, Erzurum, Türkiye.

##### Hakemler:

Fatih AĞDUMAN  
Atatürk Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi,  
Erzurum, Türkiye.  
Süleyman Erim ERHAN  
Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Spor  
Bilimleri Fakültesi, Tekirdağ, Türkiye.

##### İletişim:

Murat TURAN  
[muratturan@erzurum.edu.tr](mailto:muratturan@erzurum.edu.tr)  
Bülent TATLISU  
[btatlisu@bayburt.edu.tr](mailto:btatlisu@bayburt.edu.tr)  
İzzet UÇAN  
[izzetucan@gmail.com](mailto:izzetucan@gmail.com)

##### Tarihler:

Geliş: 11.04.2022  
Kabul: 05.05.2022  
Yayınlanma: 30.06.2022

##### Künye:

Turan, M., Tatlısu, B., & Uçan, İ. (2022). Kadın sporcuların spor pazarlamasında ve spor medyasında cinsel obje olarak sunulması üzerine bir derleme çalışması. *IntJourExerPsyc*, 4(1):08-17.  
<https://doi.org/10.51538/intjouexerpsyc.1140474>

## 1. GİRİŞ

Kökenleri 17. Yüzyıla kadar dayanan ve ilk olarak Avrupa’da ortaya çıkan modernite, zamanla dünyanın bütününe yayılarak etkisini artıran bir değerler sistemidir. Gelenekselin karşı kavramı olarak görülen modernite, bireysel, toplumsal alanda yaşanan değişimlere dikkat çekmektedir (*Gökkaya, 2009*). Modernite, basit bir değişim olarak ele alınmamalıdır. Çünkü modernite, toplumsal yapıdaki tüm alanlarda meydana gelen değişimleri ve gelişmeleri kapsamaktadır (*Bağçe, 2004*). Eskiye ve yeniye vurgu yapan geleneksel olan her şeyden farklılaşan durumu anlatan kelime modernitedir (*Aydın, 2009*). Bauman moderniteyi kültürel bir proje kapitalizm ile ortaya çıkan bir yaşam tarzı olarak belirtmektedir (*Çiğdem, 2015*).

Toplumun yapı taşı olan bireyler, modern toplumlarda katılımcı, özgür ve bilinçli bir şekilde geleneksel değerlerin yerine, modern unsurları benimseyen, gelişimi ve değişimi önyargısız kucaklayan bir birey özelliği taşımaktadır. Bilinçli, özgür, katılımcı olan bireyler arasında kadınlar da vardır. Modernleşmenin tam anlamıyla oluşabilmesi ve uygulanabilmesi için kadınların da toplumsal yapıda özgür olması gerekmektedir (*Kaya, 2006*). Erkeğin üstünlüğünü kabullenen, kimliğini erkeğe göre şekillendiren, ötekileştirilen kadınlar zayıf bir kimlik olarak kurgulanmaktadır (*Aktaran; Cirhinlioğlu, 2006*). Medya kanallarında yer almakta olan içeriklerde kadın, tüketici ve bir nesne olarak konumlandırılmaktadır. Kapitalizm ile doğrudan ilişkili olan bu alan belirli amaçlar uğruna her şeyi meta haline çevirmektedir. Bu sistem sadece tüketimi amaç edinen kadınların değil kadın bedenleri üzerinden herkesi tüketime teşvik etme amacı ile yapılmaktadır (*Macfarlane, 1993*).

### 1.1. Tüketim

Tüketim toplumunun sistemi içerisinde kadın bedenini tüketim kültürünün parçası olarak kullanılmış ve bu nedenle tüketimi artırmak için kadın bedenini, görsel, yazılı veya diğer medya organlarında sergilemişlerdir (*Tiryaki, 2014*). Bu sistem içerisinde yapılmak istenen tüketicilerin tüketilecek malları satın alarak kendilerine buldukları çevrede bir prestij sağlandığına inanmaktır. Bu sebepten ötürü alınan malzemeler kişilerin ihtiyaçlarını giderme amaçlı değil, buldukları ortamda dikkat çekip farklılık oluşturabilmek için kullanılmaktadır (*Baudrillard, 2004*). Reklamcıların, ürünlerin tanıtımlarında kadınların giderek artan bir şekilde kullanımı 1800’ lü yıllarda başlamıştır (*Babacan, 2008*). Kadının, erkeğe seyirlik olarak gösterildiği reklamlarda kadınlar hem cinsel bir nesneye hem de ürün ile birlikte alınıp satılabilen bir objeye dönüştürülmektedir (*Küçükdoğan, 2009*). Reklamcılık sektörü cinsellik ve tüketim arasındaki güçlü bağı fark edip yaptıkları kampanyalarda tüketim kültürünün en önemli parçası olarak kullanmaya başlamışlardır (*Dumanlı, 2011*).

### 1.2. Pazarlama

Pazarlama en genel anlamıyla insanların ihtiyaçları ve beklentilerinin karşılamaya yönelik bir değişimdir (*Mucuk, 2016*). Karahan (1999) kısa ve basit tanımıyla pazarlamayı şöyle tanımlamıştır, toplumdaki bireylerin ihtiyaçlarını ve isteklerini tatmin etme amacı olan malın, hizmetlerin ve fikirlerin değişim süreci olarak tanımlanabilir. Öztürk (2019) pazarlama için şirket ürünleri ve hizmetlerinin insanlar tarafından ilgilenir hale getirilme süre olarak tanımlamıştır. Ürün talebinin ve çeşitliliğin artması nedeni ile tüketici isteklerinin önemli hale geldiği görülmektedir. Müşteri tatmini ana amaç haline gelmiştir (*Pençece, 2013*). Müşteriler bir yandan kendilerine sunulan mal ve hizmetlerin tüm duyu organlarını etkilemesini beklerken, diğer yandan bu mal ve hizmetlerin yaşam tarzlarına uygun olmasını istemektedir (*Yuan & Wu 2008*). Ancak pazarlama birtakım insanlar tarafından sadece reklamcılık ve satış olarak düşünülmesine rağmen, reklam ve satış pazarlamalarının yalnızca görünen kısmıdır. Pazarlama, çeşitli kullanılan materyallerin satışının oldukça ötesine geçen yaygın bir toplumsal faaliyet haline dönüşmüştür (*Kotler & Levy, 1979*). Pazarlama anlayışı, dünya üzerinde birtakım önemli değişimlere göre biçimlendirilmiştir. Dünyada meydana gelen gerek ekonomik gerek sosyal açıdan önemli yıkımlara sebep olan savaşlar hem tüketici davranışlarında hem de pazarlama anlayışında değişimleri beraberinde getirmiştir. Söz konusu bu değişimlerin önemli çıktılarında biri de geleneksel ve modern pazarlama yaklaşımlarının ortaya çıkmasıdır. Geleneksel pazarlama anlayışı üretim ve satışa odaklanmış, müşteri talep ve ihtiyaçlarını ise ikinci planda tutmuştur. Bunun aksine modern pazarlama ise ürün ve satışları öteleyerek, müşteri memnuniyetini önceleyen bir pazarlama yaklaşımıdır (*Erdoğan, 2018*).

### 1.3. Spor Pazarlaması

Satış ve reklamdan çok daha geniş kapsamlı bir kavram olan spor pazarlaması (*Blann, 1998*). Parks ve Zanger (1990) tarafından şöyle tanımlanmıştır; örgütün pazarlamasını gerçekleştirmek ve kişilerin isteklerine ve ihtiyaçlarını göre spor ürünlerinin üretilmesi, tanıtım ürünün üretilip yayımının yapılmasına dönük aktivitelerin tasarlanarak uygulanmasıdır. Spor pazarlamasında en önemli kavramlardan biri olan tutundurma ise insanları tüketim hakkında bilgi sahibi yapmaktır ve onların dikkatlerini çekmektir. Bu iletişim esnasında bir spor pazarlamasında tutundurmada en çok

kullanılan unsurları ele almaktır. Resim, logo, kelime ve ses gibi unsurlar bazı sözcüklerin anlatamadığı duyguların imajlaştırarak ulaştırılmasında sıkça kullanılmaktadır (Argan & Katurcı, 2002).

#### 1.4. Medya

Aslında kitle iletişim araçları anlamına gelen ve dilimize İngilizceden yerleşen MassMedia'nın kısa adı olarak kullanılan "medya" da günümüzde aynı anlamda kullanılmaktadır (Demir, 1998). Kitle iletişim araçları, yani medya, halka iletiler ve semboller aktaran bir sistemi oluşturur (Gümüşişbiçak, 2019).

#### 1.5. Spor Medyası

Spor, toplumsal ve kişisel sağlığı koruyan günümüzde önemli bir hizmet sektörü olarak kabul edilmiştir. Medyanın katkısı ile birlikte bir tanıtım aracı haline getirilen spor kitlelerin yoğun ilgisini çekmeye başlamış ve eğlence faaliyeti olarak tüketim sektörüne hizmet etmektedir (Can vd., 2000). Erkekler birçok branşta egemen bir yapıdadır ve yaygın olan sporlarda kadınları yeri sınırlıdır. Ancak 20. yüzyılda gelişen teknoloji ile birlikte her alanda kendini göstermeye başlayan kadınlar toplumsal dinamiklerin de değişmesini sağlamayı başarmışlardır. Medya kadını yaşam içerisinde buldukları konumu etkilemiş ve farklı bir boyuta taşımışlardır. Medya ve basın yayın organları üretmiş oldukları içerikler ile kadını bir nesne gibi sunmuş ve onların bedenini bir meta haline getirmiştir (Fidan, 2000). Kadın bedeniyle ilgili oluşturulan imajlar, onların bedenlerinin cinsel bir metaya dönüştürülmesi de günümüzde tüketim toplumunun önemli bir göstergesidir (Dever, 2010). Toplumsal cinsiyet algısının derinleşmesinin en büyük nedeni medyanın kadın bedenine odaklanmasından kaynaklandığı düşünülmektedir (Sert, 2002). Spor medyası basit magazin haberler ile doldurulduğunda sporun toplum nezdinde yaygınlaşan bir sosyal olgu haline gelmesine engel olacaktır (Yetim, 2005).

#### 1.6. Cinsiyet Kavramı

İnsanların kimliğini oluşturan cinsiyet kavramı Latince bölünme anlamına gelen "section" kelimesinden türetilerek kullanılmaya başlanmıştır. Cinsiyet kavramı kadın ve erkek olmak üzere ikiye ayrılan farklı türlerin, birbirlerinden farklı davranışlar sergilemesi anlamını taşımaktadır (Foucault, 1986). Toplumsal cinsiyet kavramı, erkeğe ve kadına ait belirli fiziksel özelliklere göre değil, erkek olmak ve kadın olmakla ilgili halk tarafından onlara yüklenen niteliklere denilmektedir (Giddens, 1994). Kadın ve erkek olmak doğuştan gelen bir özellik olmasına rağmen toplumsallaşma ile zamanla değişime uğrayabilen kavramlardır (Hepşen, 2010). Toplumun cinsiyetin rolünde etki yapabilmesi toplumsal cinsiyetin de değiştirilebildiğini gündeme getirmektedir (Berktaş, 2000). Erkek ve kadınlar kendi cinsiyetlerine göre olması gereken davranış biçimlerinin dışına çıktığı zaman halk arasında kadına "erkeksi" erkeğe de "kadınsı" sıfatları eklenmektedir (Dökmen, 2004). Bireylerin toplumlarda kendilerini kabullendirme biçimleri toplumsal cinsiyet kalıbıyla üretilir (Butler, 2004). Kadına ve erkeğe sosyal anlamda toplumlar tarafından verilen görevlere ve tanımlara genel olarak toplumsal cinsiyet denilmektedir (Slattery, 2003). Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet kavramları anlam olarak birbirlerine benzer olarak tanımlanmaktaydı (Türköne, 1995). Kadınlar ve erkekler arasındaki fark toplumsal cinsiyet söylemi adı altında toplanmıştır (Butler, 1990). Toplumsal cinsiyeti oluşturan toplumun erkek ve kadın dan beklediği davranış kalıplarıdır (İnce, 2014). Kadınların cinsel bir obje olarak kullanılmasının temelinde olan en önemli konu, cinsellik konusunun daima ilgi çekmesinden kaynaklanmaktadır (Kahraman, 2005).

Tüm dünya tarafından tanınan bir internet sitesinin yapmış olduğu femvertising akımına ilişkin ankette toplam 628 kadın katılmış ve araştırma sonucuna göre katılanların %94'ü kadınların bir seks objesiymiş gibi sunulmalarının zararlı olduğunu kabul etmişlerdir (Bahadır, 2014). Femvertising akımının amacı kadın bedeni üzerinden nesneleştirmeye son verme çabasıdır (Cihangiroğlu, 2018a). Bakkal (2016) bir reklamda kadının ve bedeninin bulunuyor olması, kadın bedenini erkeğin bakışına sunarak bir meta haline getirmekte olduğunu söylemiştir. Reklamcılar kadın bedeni ve kadın cinselliği konu alan reklam filmlerinin daha çok ilgi çektiğini ve daha dikkatli izlendiği konusunda hem fikir halindedirler (Uğur ve Şimşek, 2004).

#### 1.7. Cinsel Obje

Kadının cinsel bir obje olarak kullanılmasına, sadece erkeklerin hedef kitle olduğu mecralarda değil, kadınların hedef kitle olduğu mecralarda da rastlanılmaktadır. Kadınların hedef kitle olarak seçildiği reklamlarda kadınlar daha çok seyirlik bir malzeme olarak karşımıza çıkarken, erkeklerin hedef kitle olarak seçildiği reklamlarda, pazarlanmak istenilen ürün sayesinde kadına da ulaşılabilmesi mesajı verilmektedir. Çünkü yapılan araştırmalar cinsel çekiciliğin reklamın amacına ulaşmasında etkili bir rolü olduğunu ortaya koymaktadır (Özsoy, 2006). Kadınlar reklamlarda ya çok zayıf bir karakterde ya da cinsel bir nesne olarak temsil edilip ve değersizleştirilmektedir (Cihangiroğlu, 2018a). Gelişen çağda reklam içeriklerine baktığımız zaman ürünle ilgisi olmamasına rağmen birçok reklam kadınların sunumuyla görselleşmektedir (Barokas, 1994). Taşkaya'ya (2009) göre: "Reklam içeriklerindeki cinsel söylemlerle kadın bedeni adeta seyirlik bir obje olarak sunulmaktadır". Kadın bedeninin kusursuz görsellerini kullanan reklam içerikleri

kadınların toplum yaşamında sadece bedenleri ile bilindiği ve tüketilmek üzere erkeklerin bakışlarına sunulan bir obje gibi görülmesine neden olmaktadır (*Cihangiroğlu, 2018a*). İdeal ölçülere sahip olan kadın, bazen çıplak bazen vücudunu saran kıyafetlerle, bazen de dekolte ile vücut hatlarını ortaya koymaktadır. Böylece kadının bedeni cinsel bir objeye dönüşmekte, kadın bedeni ile cinsellik vurgulanmaya çalışılmaktadır (*Kütük, 2012*). Hem kadınlara hem de erkekler ile ilişkili bu kalıp yargıları Goffman (*1976*) şu şekilde genel hale getirmiştir. Reklamlarda kadınlar erkeklerin cinsel objesi olarak tanıtılmaktadır diyebiliriz. Sonuç olarak kadının spordaki toplumsal gerçekliği, kadın bedenine cinsellik yoluyla vurgu yapılması onları cinsel bir meta haline getirmektedir (*Connell 1987*).

Literatür incelendiğinde kadın bedeninin cinsel bir obje olarak kullanılması konusunda pek çok çalışma olmasına rağmen, bunlar içerisinde spor alanında yapılmış çalışma sayısının az olduğu görülmektedir. Ancak spor medyasında, tüketici odağından dolayı kadın bedeninin cinsel bir obje olarak yansıtılmasına sıkça başvurulmaktadır. Bu nedenle araştırmamız kadın bedeninin cinsel obje olarak görülmesi konusunu spor ve spor medyası özelinde incelemek amacıyla tasarlandı.

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Araştırma Modeli

Araştırma modeli olarak nitel araştırma yöntemlerinden betimsel durum çalışması kullanılmıştır. Durum çalışması, herhangi bir alandaki sınırlı durumları ortaya çıkarmakta ve bunların gelişimini sağlayacak altyapıyı oluşturmak için sistematik bir araştırma sunmaktadır (*Chmiliar, 2010; Akt, Subaşı & Okumuş, 2017*). Belgesel tarama olarak da bilinen doküman analizinde, var olan kayıt ve belgeler incelenerek veri elde edilmektedir. Doküman analizi, belli bir amaca dönük olarak kaynakları bulma, okuma, not alma ve değerlendirme işlemlerini kapsamaktadır (*Karasar, 2005*). Bir başka ifadeyle doküman analizi, basılı ve elektronik (bilgisayar tabanlı ve internet erişimli) materyallerin incelenmesi ve değerlendirilmesi sürecinde gerçekleşen bir dizi işlemidir (*Bowen, 2009*).

### 2.2. Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada veri kaynağı olarak yurtiçi literatürde DergiPark ve YÖK tez veri tabanında bulunan ulusal ya da uluslararası makaleler, lisansüstü tezler, basılı kitaplar ve yurt dışı indeksli veri tabanlarında yer alan çalışmalar kullanılmıştır. Veriler elde edilirken makaleler yıllara göre bir sınırlama getirilmeden taranmıştır. Spor içerisinde ve medyada sporcu kadınların vücutlarının cinsel obje olarak kullanılmasına dair yapılan haber, reklam, tanıtım gibi faaliyetler yürüten görsel ve yazılı spor medyası kaynaklarından yararlanılmıştır.

### 2.3. Verilerin Analizi

Bir derleme makalesinin nitelikli hâle gelebilmesi; cevap aranan soruların belirlenmesi, bu soruların cevaplanması için yapılacak kapsamlı bir alan yazın taraması ve bulunan kaynakların nitelik açısından değerlendirilmesi ile mümkün olabilmektedir. Dolayısıyla olabildiğince farklı kaynağa ulaşmak ve bu bilgileri sentez etmek derleme makalelerinde oldukça önemlidir (*Gülpınar & Güçlü, 2013*).

### 2.4. Etik Kurul ve İzinler

Bu araştırma, Atatürk Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Kurulu'nun/Komisyonu'nun 28.03.2022 tarih ve E-70400699050.02.04-2200097297 sayılı kararı ile etik açıdan uygun bulunmuştur. Ayrıca elde edilen görsel materyaller telif hakkı olmayan, erişimi herkese açık olan sitelerden elde edilmiştir.

## 3. BULGULAR

Kütük 2012 yılında yapmış olduğu tez çalışmasında analizini yaptığı reklam filminde sporcu kadınların bedenlerinin cinsel obje olarak kullanıldığını şu cümleler ile belirtmektedir. “Vücut ürünlerine ilişkin reklamların çoğunluğunda kadın bedeni kusursuz olarak verilmektedir ve ideal vücut ölçülerine sahip sportmen kadınlar kullanılmaktadır.”



Şekil 1. Orkid Reklamı (2019)

Özdemir (2018) yapmış olduğu çalışmada kadınlara sormuş olduğu “kadınların spor yaparken giydiği kıyafetler kadınların cinsel bir obje gibi algılanmasına neden olabilir mi?” sorusuna karşı kadınların görüşleri şu şekildedir; kadın katılımcıların %40’ı, erkek katılımcıların %79’u evet cevabını vermişlerdir. Kadın katılımcıların kendi ifadeleri incelendiğinde “Bazı branşlarda kadınların kıyafetleri çok ilgi çekici oluyor.”, “Basında kadınların kıyafetleri branşlarındaki başarılarından daha çok ön plana çıkarılıyor.” gibi betimlemeler yaptıkları, erkek katılımcıların ise “Kadınlar bazı branşlarda kıyafetleri ile ilgi çekiyorlar.”, “Kadınların kıyafetleri sportif performanslarından daha fazla ilgi çekiyor.”, “Kadın sporcularla ilgili haberlerin manşetleri ve fotoğraflarında topluma sunulan algının, kadın sporcuların kıyafetlerinin böyle algılanmasına neden olduğunu düşünüyorum.” gibi betimlemelerle düşüncelerini dile getirdikleri görülmektedir. Yapılan bu çalışmada soruya verilen cevap yüzdelere bakılarak erkeklerin kadınlara yapmış oldukları spor branşlarından ve performanslarından çok, giymiş oldukları kıyafetlerin vücut hatlarını belirgin hale getirdikleri için erkekler tarafından cinsel bir obje olarak algılanmalarına neden olmaktadır.



Şekil 2. Sporcu Ürünleri Reklamı (2015)

Akkaya ve Kaplan 2014 yılındaki çalışmasında kadın voleybolcular ile ilgili şu sonuçlara ulaşmıştır. Voleybolcular, spor medyasında özellikle fiziksel görünüşleri ile gündeme getirilmektedirler. Onların bedenleri, spor medyasında görüntü zenginliği olarak yer almaktadır. Başarılı kadın sporculara yönelik haberlerde, genellikle dişilikleri ve kadınsılıkları ön planda tutulmaktadır. Kadınsal özellikleri, sportif başarılarının önüne geçmektedir. Bu sonuç sporcuların fiziksel özellikleri ile cinsel bir meta haline getirildiğini göstermektedir.





Şekil 3. Temizlik Ürün Reklamı (2021)

Arslan ve Koca (2006) genelde kadın sporculara ilişkin haberlere yer veren günlük bir gazete haberinin okuyuculara sunulmuş şekline dair yaptığı incelemede sorduğu; “içinde kadınların bulunduğu spor haberlerinin görsel metinlerinde toplumsal cinsiyet vurgusu var mıdır?” soru cümlesine bulmuş olduğu cevap şu şekildedir; Az sayıdaki kadınların yer aldığı spor haberlerinde, ilgili performansla yönelik vurguların yapılması beklenirken, kadınların spor branşındaki başarıları değil daha çok toplumdaki cinsiyet rolleri ön plana çıkarılmaktadır. Görsel metinlerde ise; daha çok kadın sporcuların estetik tarafları ve performans pozları değil de müsabakalar esnasında çekilen ve cinsellik anlamı olabilen fotoğraflara yere verilmektedir. Araştırmada bulunan cevap medyada kadınların sporcu kişiliklerinden çok cinsel bir obje haline dönüştürmeye yönelik olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Tiryaki (2014) bodybuilding.com adlı internet sitesinde, vücut geliştirme üzerine Tony Gentilcore tarafından yazılmış bir yazı için kullanılan görselin yapmış olduğu analizinden şu şekilde bahsetmiştir; Spor salonunda bulunan çalışma aletlerinin arasında spor yapan bir kadının giysisi ve bu giysinin rengi bir çağrışıma sebep olmaktadır. Bu vücut geliştirirken kadınlığı da dikkat çekerek cinsel çağrışımlı bir görüntü oluşturmaktadır. Düşüncenin temelinde ise kas gelişimi için satılacak ürünlerin ve spor malzemelerinin tüketimi, spor salonlarına üye yapılacak potansiyeli hedeflenmektedir. Sonuç olarak yapılan spor branşında kullanılan malzemelerin ve salonun tanıtımı için kullanılan kadın görselinin yine cinsel bir obje olarak sunulduğunu görmekteyiz.



Şekil 4. Fitness Yapan Kadın Reklamı (2021)

Literatür incelendiğinde yine Tiryaki (2014)'nin yapmış olduğu çalışmasında [www.femalebodybuilders.org](http://www.femalebodybuilders.org) adlı siteden almış olduğu vücut geliştirme sporuyla uğraşan bir kadın sporcunun yarışmada giymiş olduğu kıyafeti ile olan yorumları şu şekilde dile getirmiştir; “Podyumda bir manken gibi duran, saçları özenle yapılmış bir kadının kaslarının sergilendiği fotoğrafta, kadının üzerindeki kadınsı çekicilik için kullanılan kısa renkli bir elbise dikkat çekmektedir. Yine topuklu ayakkabılar kadınlığın önemli vurgularından biridir. Buna ilaveten fotoğrafların görünmeyen yüzlerinde

ise spor ürünlerinin pazarlaması amacı bulunmaktadır” Tiryakinin yapmış olduğu analiz sonucuna bakılacak olursa, yine bir spor branşında kadının dişiliği cinsel bir meta haline getirilmiş ve spor tüketim pazarlamasında kullanılmıştır.



**Şekil 5.** Fitness Yapan Sporcu Kadın (2021)

Tüm bu sonuçlar ile birlikte medyada kadın içerikli bazı reklamların onların sadece cinsel obje olmadığını hayat içerisinde güçlü bir varlık olduğunu vurgular nitelikte çalışmalarında yapılmış olduğu görülmektedir. Cihangiroğlu (2018) reklamda kadın temsili cinsiyetçi yaklaşımlar ve femvertising kavramı başlıklı yüksek lisan tezinde; incelemiş olduğu Nike “Bizi Böyle Bilin” başlıklı reklam filminin göstergibilimsel çözümlemesinde izleyicilerin genelde kanıksadığı kadın figürünün tersi bir sunum yapılmaktadır. Söz konusu reklam filminde alışlagelmiş kadın toplumsal cinsiyet eşitsizliğine karşı "Bizi böyle bilin" sloganıyla, medyada yer alan kadın temsilcilerinin yıpratıcı algıları üzerinden değil, yaşamın içinde yer alan, özgüveni yüksek, başarılı, cesur, aktif, sağlıklı ve güçlü olan kadınların temsil şekline dikkat çekilmektedir. “Bizi yanlış algılar üzerinden değil, olduğumuz gibi bilin” tarzında vurgu yapılmaktadır.



**Şekil 6.** Kadın Sporcu Reklamları (2020)

Papatya ve Karaca (2011) yapmış oldukları çalışmada ise özellikle reklamlarda yer alan kadının sürekli çocuk bakıcılığı, evde yapmış olduğu işleri ve erkeğinin yardımcısı olarak gösterilmesi, ayrıca yine cinsel bir obje olarak kullanılması, tüketici kadınlar tarafından çoğunlukla rahatsız edici boyutta yorumlandığı sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuç kadınların kendilerinin cinsel obje olarak kullanılmasından rahatsızlık duyduklarını dile getirmektedir.

#### 4. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Yaptığımız araştırmada, literatürdeki diğer çalışmaların yanında ulusal ve uluslararası spor mediasındaki haber, reklam, tanıtım gibi görsel ve yazılı kaynaklar incelendiğinde, tüketim kültürü ve beden ilişkisinin fiziksel güzelliği olan ve güçlü kadınlar üzerinden dişiliklerindeki vurgu hissettirilerek cinsel bir obje olarak sunuldukları sonucuna ulaşıldı. Medya tarafından kadınların reklam amaçlı cinsel obje olarak sunulması toplum tarafından normal karşılanmaktadır. Bu reklam stratejisinin bir kelime oyunu olarak adlandırılabilir. Çünkü sihirli hale getirilmiş bu söylemler, seksist, tutucu ve hatta kadını aşağılayıcı nitelikte olmalarına rağmen ilginç bir şekilde toplum tarafından yadırganmıyor, hatta ilgi çekici bulunuyor. Spor ürünlerinin reklam pazarlama stratejilerine bakıldığı zaman, kadınların teşhir ettiği ürünlerden çok vücut hatları dikkat çekmektedir. Bu şekilde sadece çeşitli uzuvları ile reklamlarda veya kataloglarda yer alan kadınlar, aktif kontrolü elinde bulduran, güçlü kadın portresinin arkasında tamamen erkeklerin ilgisini çekecek şekilde hazırlanmıştır.

Yukarda da bahsettiğimiz gibi Akkaya ve Kaplanın yapmış oldukları çalışmada, kadın voleybolcuların yaptıkları spor branşından çok, fiziksel görüntüleriyle daha fazla gündeme gelmektedirler. Hatta yazılı ve görsel basında sürekli bu tür haberler ile gündemde yer almaktadırlar. Bu kısa ve basit bilgi adı altında topluma sunulan haber ve reklamlar, aslında toplumda var olan kadın ve erkek rollerinin birer yansıması niteliğindedir.

Sonuç olarak toplumsal değerler, kadını ve erkeği toplumsal cinsiyet rollerine hazırlayıcı, erkek egemen söyleme has düşünüş ve davranış kalıplarını içselleştirici ve kadının erkeğin gerisinde konumlandırılışını destekleyici rolleriyle toplumsallaşma sürecinin oldukça etkili bir elemanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadının ötekileştirilmesi, kadının toplumdaki rolünün basitleştirilmesi ve kadının değersizleştirilmesinin üstü kapalı olarak yansıtılması sebebiyle toplumda kabul görmüş ve yadırganmayan bu tarz reklamlar, her gün maruz kaldığımız cinsiyetçi söylemlerden sadece birkaçını oluşturuyor. Nitekim toplumun kültürüne ait imajları, değerleri, mitleri ve dili kullanan reklamlar, hâkim toplumsal değerleri yeniden üreterek, onaylayarak ve devamlılığını sağlayarak, toplumsal değerleri ve tutumları manipüle etme gücüyle egemen söylemin oluşturduğu, doğal bir gerçeklikmiş gibi sunduğu “kadın” kalıbının benimsenmesinde ve varlığının devamında etkili olmaktadır.

Bu bağlamda kadınların cinsel obje olarak kullanılması, konunun farklı spor branşları ve farklı kültüre sahip toplumlar özelinde de incelenmesi önerilmektedir.

## 5. ETİK BEYANI

Bu araştırma, Atatürk Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Kurulu'nun/Komisyonu'nun 28.03.2022 tarih ve E-70400699050.02.04-2200097297 sayılı kararı ile etik açıdan uygun bulunmuştur. Ayrıca elde edilen görsel materyaller telif hakkı olmayan, erişimi herkese açık olan sitelerden elde edilmiştir.

## 6. YAZAR KATKILARI

Araştırmanın tasarımı: MT, Literatür taraması: MT, BT ve İÜ, makalenin Giriş ve Yöntem bölümleri: MT, BT, Tartışma, Sonuç ve Öneriler: MT, BT ve İÜ, Kaynakların Düzenlenmesi: İÜ tarafından yapılmıştır.

## 7. KAYNAKLAR

- Akkaya, C., & Kaplan, Y. (2014). Toplumsal cinsiyet bağlamında spor medyasında kadın. *International Journal of Sport Culture and Science*, 2(Special Issue 2), 177-182. <https://doi.org/10.14486/IJSCS189>
- Argan, M., & Katırcı, H. (2002). *Spor pazarlaması*. Nobel Yayınları.
- Arslan, B., & Koca, C. (2006). Kadın sporcuların yer aldığı günlük gazete haberlerinin sunumuna dair bir inceleme. *Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi Hacettepe*, 17(1), 1-10. <https://dergipark.org.tr/en/pub/sbd/issue/16400/171452>
- Aydın, M. (2009). *Moderniteye dışardan bakmak* (1. Baskı). Açılım Kitap.
- Babacan, M. (2008). *Nedir bu reklam*. Beta Yayıncılık.
- Bağce, H.E. (2004). “Modernliğin ve ikircikli serüveni”, *modernlik ve modernleşme sürecinde Türkiye*. Babil Yayınları.
- Bahadur, N. (2014). *Femvertising' ads are empowering women — and making money for brands*. [https://www.huffingtonpost.com/2014/10/02/femvertising-advertising-empoweringwomen\\_n\\_5921000.html](https://www.huffingtonpost.com/2014/10/02/femvertising-advertising-empoweringwomen_n_5921000.html)
- Bakkal, S. (2016). *Erkek tüketim ürünlerinde kadın bedeninin cinsel obje olarak temsili* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Barokas, S. K. (1994). *Reklam ve kadın*. Türkiye Gazetecileri Cemiyeti Yayınları. s. 127.
- Baudrillard, J. (2004). *Tüketim toplumu*. (H. Deliçaylı, & F. Keskin, Çev.). Ayrıntı Yayınları. s. 69.
- Berktaş, F. (2000). *Tek tanrılı dinler karşısında kadın*. Metis Yayınları.
- Blann, F. W. (1998). Contemporary sport management. Ed. JB Parks, BRK Zanger and J. Quarterman. “Sport Marketing”. Champaign: Human Kinetic.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Butler, J. (1990). *Gender trouble- feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Butler, J. (2004). *Undoing gender*. Routledge.
- Can, Y., Soyer, F., & Güven, H. (2000). *Spor hizmetlerinde verimliliği etkileyen faktörlerin değerlendirilmesi*. Sporda Psiko-Sosyal Alanlar, Spor Yönetim Bilimleri 1. Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Kongresi, 26-27 Mayıs 2000. Ankara: 183.

- Cihangiroğlu, E. (2018a). *Reklamlarda toplumsal cinsiyet açısından kadın temsilleri ve femvertising kavramı*, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, Working Paper Series Tartışma Metinleri Wps No/ 148 / 01.
- Cihangiroğlu, E. (2018b). *Reklamda kadın temsiliinde cinsiyetçi yaklaşımlar ve femvertising kavramı* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Connell, R.W. (1987) *Gender and power*. Stanford University Press.
- Çiğdem, A. (2015). *Bir imkân olarak modernite* (5. Baskı). İletişim Yayınları.
- Demir, V. (1998). *Türkiye’de medya ve özdenetimi* (1.Basım). İletişim Yayıncılık A.Ş.
- Dever, A. (2010). *Spor sosyolojisi*. Başlık Yayın Grubu.
- Dökmen, Y. (2004). *Toplumsal cinsiyet, sosyal psikolojik açıklamalar*. Sistem Yayınları.
- Dumanlı, D. (2011). Reklamlarda toplumsal cinsiyet kavramı ve kadın imgesinin kullanımı; Bir içerik analizi. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2). <https://dergipark.org.tr/en/pub/yalovasosbil/issue/21786/615346>
- Erdoğan, B. Z. (2018). *Bilim olarak pazarlama*. Beta Yayınevi.
- Fidan, F. (2000). Kapitalizmin gelişme sürecinde kadının çok yönlü konumu. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 117-133. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/301082>
- Foucault, M. (1986). *Cinselliğin tarihi*. Afa Yayınları. s. 57-59.
- Giddens, A. (1994). *Mahremiyetin dönüşümü* (İ. Şahin, Çev.). Ayrıntı Yayınları. s. 672.
- Goffman, E. (1976). Gender advertisements. *Studies in the Anthropology of Visual Communication*, 3(2). <https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1040&context=svc>
- Gökkaya, V. B. (2009). *Türkiye’de modernitenin ötekisi: Kadın ve kimliği* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Cumhuriyet Üniversitesi.
- Gülpınar, Ö. ve Güçlü, A. G. (2013). How to write a review article? *Turkish Journal of Urology*, 39(1), 44- 48. <https://doi.org/10.5152/tud.2013.054>
- Gümüşbıçak, M. (2019). *Spor medyasının kitleleri etkileme gücünün incelenmesi: Canlı maç anlatıcıları örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Hepşen, Ö. (2010). *Tevrat İncil ve Kuran-ı Kerimde kadın bedeni* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Üniversitesi.
- İnce, E. (2014). *Televizyon reklamlarında kadın imgesinin kullanımı ve toplumsal cinsiyet*. Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi. Emek ve Temsil Ekseninde Günümüz Medyasında Kadınlar Sempozyumu.
- Kahraman, H. B. (2005). *Cinsellik, görsellik, pornografi*. Agora Kitaplığı. s. 33.
- Karahan, K. (1999). 2000’li yıllara girerken toplumumuzun pazarlamaya bakış açısı üzerine bir araştırma. *Pazarlama Dünyası*. 13(78),11-18.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Kaya, İ. (2006). *Sosyal teori ve geç modernlikler Türk deneyimi*. İmge Kitabevi.
- Kotler, P. ve Levy, N. (1979). *Demarketing, yes demarketing*. Sage Publications, Inc. 74-80.
- Küçükerdoğan, R. (2009). *Reklamda kültürlerarasılık- reklam iletişiminde yerel/küresel göstergeler*. ES Yayınları, s.128.
- Kütük, A. S. (2012). *Reklâmlarda beden kullanımının cinsiyet ve kimlik üzerinden araştırılması* [Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi]. Haliç Üniversitesi.
- Macfarlane, A. (1993). *Kapitalizm kültürü* (R. H. Kır, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Mucuk, İ. (2016). *Modern işletmecilik*. Türkmen Kitabevi. Ss: 228-229.
- Özdemir, N. (2018). Geleceğin beden eğitimi öğretmenleri sporda kadının yerini nasıl tanımlıyor? *Spormetre*, 16(1), ss: 115-120. [https://doi.org/10.1501/Sporm\\_0000000349](https://doi.org/10.1501/Sporm_0000000349)
- Özsoy, T. (2006). *Türk dergi reklâmlarında kadın imgesi kullanımı; 19712004 döneminin bir değerlendirmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Çukurova Üniversitesi.
- Öztürk, S. (2019). *Pazarlama nedir?*. <https://www.sedaozturk.com.tr/pazarlama-nedir/>.
- Papatya, N., & Karaca, Y. (2011). Kadın imgesi kullanılan reklamlara yönelik tüketicinin tutum ve davranışlarının değerlendirilmesi. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(1), 69-100. <https://dergipark.org.tr/en/pub/huniibf/issue/7866/103718>
- Parks, J. B., & Zanger, B. R. (1990). *Sport & fitness management: Career strategies and professional content*. Human Kinetics Books, Dept. 514, Box 5076, Champaign, IL 61825-5076.
- Penpece, D. (2013). *Dijital içerik pazarlaması*. Ed. Seyfi Karahan, Karahan Kitabevi, s. 5-6.
- Sert, M. (2002). Spor dünyasında beden-iktidar ilişkisi. *Toplumbilim Dergisi*, 16, 101-115. <https://toplumbilimleri.com>
- Slattery, M. (2003). *Sosyolojide temel fikirler*. (Ü. Tatlıcan, Dü.). Sentez Yayıncılık. s. 116-120.

- Subaşı, M., & Okumuş, K. (2017). Bir araştırma yöntemi olarak durum çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 419-426. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ataunisobil/issue/34503/424695>
- Taşkaya, M. (2009). Kitle iletişim araçlarında kadın bedeninin nesneleştirilmesi: Ürün ve marka fetişizminde cinsellik kullanımı. *Toplumbilim Dergisi*, 24, 121-132. <https://toplumbilimleri.com>
- Tiryaki, S. (2014). Kadın sporcu fotoğraflarıyla beden pazarla (n) ması. *Selçuk İletişim*, 8(2), 218-237. <https://dergipark.org.tr/en/pub/josc/issue/19028/200857>
- Tong, P. (2006). *Feminist düşünce Rosemaria*, Çev. Zafer Cirhinlioğlu, Gündoğan Yayınları.
- Türküne, M. (1995). *Eski Türk toplumunun cinsiyet kültürü*. Ark Yayınevi. s. 8.
- Uğur, İ., & Şimşek, S. (2004). Kitle iletişim araçlarındaki reklamlarda kadın ve erkek objelerinin kullanılması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 549-561. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/susbed/issue/61775/923576>
- Yuan, Y.E., & Wu, C.K. (2008). Relationships among experiential marketing, experiential value and customer satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 32(3), 387-410. <https://doi.org/10.1177/1096348008317392>

## Metaverse Bilgi Düzeyi: Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni Adayları Üzerine Bir İnceleme

### Metaverse Knowledge Level: An Investigation on Physical Education and Sport Teacher Candidates

Buğra Çağatay SAVAŞ<sup>1</sup>, Burak KARABABA<sup>1</sup>, Murat TURAN<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Erzurum Teknik Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Erzurum, Türkiye.

**ÖZ:** Çalışmanın amacı beden eğitimi ve spor öğretmeni adaylarının metaverse bilgi düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesidir. Nicel araştırma modelinin kullanıldığı çalışmaya, 51 kadın, 89 erkek olmak üzere toplam 140 öğrenci katılmıştır. Araştırmada kullanılan veri toplama araçları iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özellikleri belirlemek için “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır. İkinci bölümde ise “Metaverse Bilgi Düzeyi Ölçeği” kullanılmıştır. Araştırmada, frekans analizi, basıklık ve çarpıklık testi, One- Way Anova analizi, t-testi ve korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Araştırmada Teknoloji ve Dijitalleşme boyutları arasında pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Cinsiyete göre, erkek öğretmen adaylarının metaverse bilgi düzeylerinin kadınlara göre anlamlı düzeyde yüksek olduğu saptanmıştır. Metaverse terimini duyma değişkenine göre, evet diyen öğretmen adaylarının metaverse bilgi düzeylerinin hayır diyen öğretmen adaylarının metaverse bilgi düzeylerinden anlamlı düzeyde yüksek olduğu saptanmıştır. Ayrıca sınıf değişkeni açısından, öğretmen adaylarının metaverse bilgi düzeyleri açısından anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Sonuç olarak, erkek öğretmen adaylarının metaverse bilgi düzeylerinin kadın öğretmen adaylarında daha yüksek olduğu ve bu doğrultuda kendilerini metaverse konusunda daha yetkin hissettikleri söylenebilir. İnternet kullanabilme becerisi yüksek olan öğretmen adaylarının metaverse bilgi düzeylerinin de yüksek olduğu tespit edilmiştir.

#### ACIK ERİŞİM

##### Editör:

Deniz BEDİR  
Erzurum Teknik Üniversitesi, Spor Bilimleri  
Fakültesi, Erzurum, Türkiye.

##### Hakemler:

Muharrem Alparslan KURUDİREK  
Atatürk Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi,  
Erzurum, Türkiye.  
Yunus Emre CİNGÖZ  
Bayburt Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi,  
Bayburt, Türkiye.

##### İletişim:

Buğra Çağatay SAVAŞ  
bugra.savas@erzurum.edu.tr  
Burak KARABABA  
burak.karababa@erzurum.edu.tr  
Murat TURAN  
muratturan@erzurum.edu.tr

##### Tarihler:

Geliş: 23.05.2022  
Kabul: 30.05.2022  
Yayınlanma: 30.06.2022

##### Künye:

Savaş, B.Ç., Karababa, B., & Turan, M. (2022).  
Metaverse bilgi düzeyi: Beden eğitimi ve spor  
öğretmeni adayları üzerine bir inceleme.  
IntJourExerPsyc, 4(1):18-29.  
<https://doi.org/10.51538/intjouexerpsyc.1140511>

**Anahtar Kelimeler:** metaverse, spor bilimleri, öğretmen adayları, beden eğitimi ve spor.

**ABSTRACT:** The study examines the metaverse knowledge strings of physical education and sports teacher candidates according to various variables. A total of 140 students, 51 female, and 89 males, participated in the study, in which the quantitative research model was used. The data collection tools used in the research consist of two parts. In the first part, the "Personal Information Form" was used to determine the demographic characteristics of the participants. The "Metaverse Knowledge Level Scale" was used in the second part. Frequency analysis, kurtosis, skewness test, One-Way Anova analysis, t-test, and correlation analysis were used in the research. The research found a highly significant positive correlation between the dimensions of Technology and Digitalization. According to gender, the metaverse knowledge level of male teacher candidates was significantly higher than that of females. According to the variable of hearing the term metaverse, it was determined that the metaverse knowledge levels of the teacher candidates who said yes were significantly higher than those of the teacher candidates who said no. In addition, in terms of a class variable, no significant relationship was found regarding pre-service teachers' metaverse knowledge levels. As a result, it can be said that male teacher candidates' metaverse knowledge levels are higher than female teacher candidates, and accordingly, they feel more competent about metaverse. It has been determined that the metaverse knowledge levels of the pre-service teachers with high internet usage skills are also high.

**Keywords:** metaverse, sports sciences, pre-service teachers, physical education and sports.

## 1. GİRİŞ

Hayatta kalma faaliyetleri ve enerji harcaması için yapılan fiziksel aktiviteler son zamanlarda çağdaş teknoloji odaklı toplum yapısında azalma göstererek insan yaşam tarzında önemli ölçüde değişime yol açmıştır. Bu değişim modern yaşamı giderek daha yerleşik hale getirerek hareketsizliğe bağlı sorunlara neden olmuştur (Çingöz ve Mavibaş, 2022). Bu doğrultuda bu bireylerin büyük bir bölümü düzenli olarak sportif faaliyetlere katılamamaktadır (Altınışik vd., 2021).

Sanal ortamların önemi Covid-19 pandemi sürecinin etkisiyle başlamıştır. Eğitim kurumları, işletmeler ve devletler dijital dünyaya geçiş yapmaya başlamışlardır. Dijital teknolojiye geçiş ile birlikte metaverse kavramı ortaya çıkmış ve dünyada fiziki olarak gerçekleştirilemeyecek işlerin sanal ortamda gerçekleştirilebilmesine olanak tanımaktadır. Sanal dünyanın önemi günden güne artmaktadır ve işletmelerin bu dünyada yer almamaları artık mümkün değildir (Süleymanoğulları vd., 2022).

Metaverse kavramı, meta ve evren kelimelerinin bir birleşimidir. Avatar olarak isimlendirilen karakterlerin politik, sosyal, ekonomik ve kültürel faaliyetler içinde buldukları üç boyutlu bir sanal dünya anlamına gelmektedir (Wiederhold, 2022).

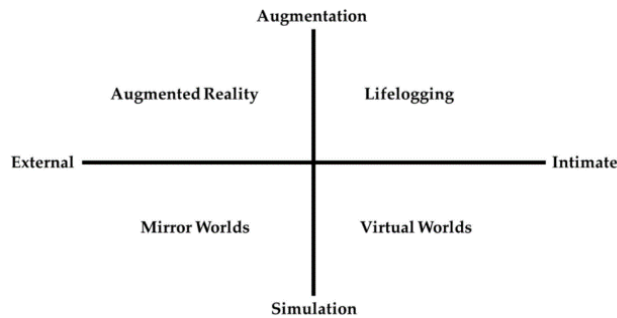
Neil Stevenson 1992 yılında bilimkurgu romanı Snow Crahs'te metaverse kavramına ilk kez yer vermiştir. Sanal dünya ile gerçeklik arasında etkileşimin olduğu ve çeşit çeşit sosyal etkinliklerle değer oluşturduğu bir dünyayı ifade etmiştir (Park & Kim, 2022). Belirtilen romanda Neil, metaverse kavramını, kullanıcıların dijital avatarlar yoluyla etkileşimde buldukları olağanüstü büyüklükteki sanal ortam olarak ifade edilmektedir. İlk ortaya çıkışından bu yana, bilgisayar aracılığıyla oluşturulan bir evren olarak meta evren, yaşam günlüğü, sanallıkta kolektif alan, somutlaştırılmış internet, bir ayna dünyası, her yerde bulunan bir evren: simülasyon ve iş birliği mekânı gibi çok çeşitli kavramlar aracılığıyla tanımlanmıştır (Bruun & Stentoft, 2019; William, 2018; Kyle, 2021). Metaverse'in ana dalları sağlık, eğlence, askeri, emlak, imalat ve eğitimidir. Bir meta veri deposu içinde, her kullanıcının sanal dünyaya bakış açısı vardır ve temel ortam tüm kullanıcılara tutarlı bir durum sunar (Ayiter, 2012).

Wall Street Journal'a göre metaverse, "dijital avatarlarımızın ve topluluklarımızdaki ve dünyadaki insanların çalışmak, alışveriş yapmak, derslere katılmak, hobiler peşinde koşmak, sosyal toplantıların tadını çıkarmak ve daha fazlası için bir araya geldiği sanal bir dünyadır." (Wiederhold, 2022). Gerçek ve gerçek olmayan eylemlerin bir arada olduğu sanal dünya anlamında kullanılmaktadır (Park ve Kim, 2022).

Metaverse bir gerçeklik sonrası evren, fiziksel gerçeklik ile dijital dünyayı birleştiren birçok kullanıcıyı barındıran ortamdır. Çevrimiçi uzaktan eğitimle ilgili olarak, Metaverse, web tabanlı 2B e-öğrenme araçlarının temel sınırlamalarını giderme potansiyeline sahiptir (Mystakidis, 2022).

Yirmi yıldan fazla bir süre sonra, Metaverse bir moda kelime olarak yeniden ortaya çıktı. Metaverse genellikle internetin somutlaşmış bir versiyonu olarak tanımlanır. Tıpkı günümüzün internetinde bir fare imleciyle nasıl geziniyorsak, kullanıcılar da sanal gerçeklik (VR) veya artırılmış gerçeklik (AR) teknolojileri yardımıyla Metaverse'i keşfedecekler. Ayrıca, Yapay Zekâ (AI), blok zinciri teknolojisi ve 5G ve Ötesi (B5G) tarafından desteklenen Metaverse, eşler arası etkileşimleri kolaylaştırmak ve fiziksel arasındaki çizgileri bulanıklaştıracak yeni, merkezi olmayan hizmet tedarik ekosistemlerini desteklemek ve sanal dünyalar için tasarlandı. (Lim vd., 2022).

Metaverse kavramı sürekli büyüdüğü için birçok tanım ve kavram bulunmaktadır. Uygulanan alanın gerçeklik odaklı mı yoksa sanal merkezli mi olduğuna ve uygulanan bilginin dış ortam bilgi merkezli ve birey merkezli olmasına göre yaşam günlüğü, ayna dünyası, artırılmış gerçeklik ve sanal dünya olarak bölünmüştür (Park & Kim., 2022).



Şekil 1. Metaverse Türleri (Park & Kim, 2022)

## Metaverse Türleri

- *Augmented Reality*: Gerçek dünyada bir akıllı telefon veya akıllı cihaz kullanarak ek bilgi sağlayacak şekilde bir cihaz kullanarak bilgi yansıtma yöntemi.
- *Mirror Worlds*: Sanal dünyada gerçek dünya ile özdeş bir alan yaratarak kullanıcılara yeni bilgiler veya aktiviteler sunan bir alan.
- *Virtual Worlds*: Kullanıcıların avatarlarını 3D grafiklere dayalı olarak hareket ettirebilecekleri sanal bir alan.
- *Lifelogging*: Gerçekte meydana gelen veri ve eylemlerin olduğu gibi sanal dünyaya aktarıldığı sanal alandır (Park vd., 2022).

Alanyazın incelendiğinde; metaverse üzerine çalışmaların oldukça sınırlı kaldığı görülmektedir. Bu çalışmanın amacı spor bilimleri fakültelerinde öğrenim gören beden eğitimi ve spor öğretmeni adaylarının metaverse bilgi düzeylerinin çeşitli değişkenlere incelenmesi ve metaverse alanında gelecekte yapılacak olan çalışmalar için nelere gereksinim duyulduğunu belirlemede yol gösterici olmaktır. Bu çalışma alan yazındaki bu eksikliğin giderilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda araştırma soruları aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

1. Beden eğitimi ve spor öğretmen adaylarının metaverse bakış açıları cinsiyete göre farklılık göstermekte midir?
2. Beden eğitimi ve spor öğretmen adaylarının metaverse bakış açıları yaşa göre farklılık göstermekte midir?
3. Beden eğitimi ve spor öğretmen adaylarının metaverse bakış açıları sınıf düzeyine göre farklılık göstermekte midir?
4. Beden eğitimi ve spor öğretmen adaylarının metaverse bakış açıları günlük internet kullanımına göre farklılık göstermekte midir?
5. Beden eğitimi ve spor öğretmen adaylarının metaverse bakış açıları internet kullanım becerisine göre farklılık göstermekte midir?
6. Beden eğitimi ve spor öğretmen adaylarının metaverse bakış açıları metaverse terimini daha önce duymama değişkenine göre farklılık göstermekte midir?

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma için tarama yöntemi kullanılmıştır. Tarama yöntemi, betimsel araştırmalar için genel olarak kullanılmakta olan yöntemdir (Thomas & Nelson, 1996). Sayıca fazla olan gruplar için kullanılmaktadır. Bu gruplarda bulunan bireylerin, konu ile ilgili görüş ve tutumlarına başvurulmaktadır. Belirtilen konu ve olaylar kendi içinde buldukları olanaklar neticesinde ifade edilmeye çalışılır (Karakaya, 2009; Karasar, 2005). Var olan bir durumu ortaya koymak tarama çalışmalarının amacını oluşturmaktadır. Tarama araştırmalarında örneklem grubu geniş tutularak birçok örneklemden veri elde edilmektedir (Büyüköztürk vd., 2012).

Yayın etiğine uygun olarak etik kurul onayı Atatürk Üniversitesi Rektörlüğü Spor Bilimleri Fakültesi Dekanlığının Fakültemiz Etik Kurulunun 20.04.2022 tarihli oturumunda alınan E-70400699-050.02.04-2200183831 sayılı kararı ile alınmıştır.

### 2.2. Araştırma Grubu

Araştırmada çalışma grubunu Erzurum ilinde bulunan Erzurum Teknik Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümünde farklı sınıf düzeylerinde eğitim gören 89'u erkek 51'i kadın olmak üzere toplam 140 öğrenci oluşturmaktadır. Toplanan veriler neticesinde çalışma 20'si birinci sınıf, 38'i ikinci sınıf, 32'si üçüncü sınıf ve 50'si dördüncü sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır.

### 2.3. Çalışmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Anket çalışması, özellikle sosyolojik çalışmalarda en çok kullanılan veri toplama tekniğidir (Gökçe, 2018; Gürbüz ve Şahin, 2016). Anketler, çok sayıda insana inançları, görüşleri, algıları, tutumları, özellikleri ve davranışları hakkında sorular yönelterek doğası gereği istatistiki bilgi üretmeyi sağlamaktadır (Gökçe, 2018; Gürbüz ve Şahin, 2016). Bu nedenle, bu çalışmada olduğu gibi katılımcıların inançları, algıları, tutum veya davranışları hakkında bilgi edinmek istendiğinde anketler son derece uygun bir veri toplama aracı olarak gösterilmektedir (Gökçe, 2018; Gürbüz ve Şahin, 2016).



Çalışmada veri toplamak için iki bölümden oluşan anket formu hazırlanmıştır. Birinci bölümde demografik özellikler için hazırlanmış demografik bilgi formu, ikinci bölümde Sülemanoğulları ve ark. (2022) tarafından geliştirilen metaverse ölçeği kullanılmıştır. Metaverse ölçeği 5'li likert tipinde hazırlanmış, likert seçenekleri “Katılmıyorum (1)” ile “Katılıyorum (5)” arasında değişmektedir. Ölçekten alınabilecek en düşük toplam puan 15, en yüksek toplam puan ise 75 olarak ifade edilmektedir. Ölçek 15 madde şeklinde oluşturulmuştur. Ölçek 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Bunlar; teknoloji, sosyal, dijitalleşme ve yaşam biçimi olarak adlandırılmıştır. Ölçeğin 1. 2. 3. 4. 5. 6 ve 7. maddeleri teknoloji alt boyutuna, 8. 9. ve 10. Maddeleri dijitalleşme alt boyutuna, 11. ve 12. maddeleri sosyal alt boyutuna, 13. 14. ve 15. soruları yaşam biçimi alt boyutuna aittir. Ölçeği tümü için  $\alpha$  değeri .813; teknoloji faktörü için  $\alpha$  değeri .805; sosyal faktörü için  $\alpha$  değeri .705; dijitalleşme faktörü için  $\alpha$  değeri .732 ve yaşam biçimi faktörü için  $\alpha$  değeri .713 olarak ifade edilmiştir. Bu değerler neticesinde ölçeğin yüksek bir iç tutarlılığa sahip olduğu söylenmektedir. Bu verilere göre değerlendirildiğinde ölçeğin metaverse kavramına karşı tutumları ölçmek için güvenilir olduğu söylenebilir. Bu araştırma kapsamında örneklem grubundan alınan veriler doğrultusunda ise Metaverse Ölçeğinin Cronbach  $\alpha$  iç tutarlılık katsayısının .906 olduğu belirlenmiştir.

#### 2.4. Veri Toplama Süreci

Ölçekler 2021-2022 yılında Erzurum Teknik Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği bölümünde eğitim ve öğrenim hayatlarına devam eden 140 öğrenciye yüz yüze ve Google Form üzerinden doldurtulmuştur. Araştırmacılar tarafından, ölçeklerin uygulanması için gereken izinler alınmış, katılımcılara gönüllü katılımın esas alındığına dair gerekli açıklamalar yapılmış ve katılmak istemeyen katılımcılar araştırma dışında tutulmuştur.

#### 2.5. Verilerin Analizi

İlk olarak frekans analizinin ardından toplanan verilerin dağılımının normal olup olmadığını belirlemek amacıyla skewness ve kurtosis değerlerine bakılmıştır. Tabaschnick ve Fidell (2013), “Ölçeklerde basıklık ve çarpıklık katsayılarının (-1,5, +1,5) değer aralığında olması durumunda, verilerin normal dağılım göstereceğini” ifade etmektedirler. Bu anlamda çalışmaya ait verilerin basıklık ve çarpıklık değerlerinin normal dağılım gösterdiği görüldüğünden analizlerde parametrik testlerden yararlanılmıştır. İki değişkenlerin karşılaştırması için Bağımsız Örneklem T-Testi, üç ve daha fazla değişkenin karşılaştırılması için ise One Way Anova testi uygulanmıştır. Veriler SPSS 20 istatistik programında analiz edilmiştir. Çalışmada uygulanan analizler %95 güven aralığıdadır.

### 3. BULGULAR

**Tablo 1.** Katılımcıların demografik değişkenlerine ilişkin bilgiler

|   | n   | %    |
|---|-----|------|
| Cinsiyet                                  |     |      |
| Erkek                                     | 89  | 63,6 |
| Kadın                                     | 51  | 36,4 |
| Yaş                                       |     |      |
| 18-20 yaş                                 | 38  | 27,1 |
| 21-23 yaş                                 | 83  | 59,3 |
| 24 yaş ve üzeri                           | 19  | 13,6 |
| Sınıfınız                                 |     |      |
| 1.Sınıf                                   | 20  | 14,3 |
| 2.Sınıf                                   | 38  | 27,1 |
| 3.Sınıf                                   | 32  | 22,9 |
| 4.Sınıf                                   | 50  | 35,7 |
| Günlük İnternet Kullanma Süreniz          |     |      |
| 1-2 Saat                                  | 27  | 19,3 |
| 2-5 Saat                                  | 57  | 40,7 |
| 5 Saat ve üzeri                           | 56  | 40,0 |
| İnternet Kullanabilme Beceriniz           |     |      |
| Orta                                      | 61  | 43,6 |
| Yüksek                                    | 79  | 56,4 |
| Metaverse Terimini Daha Önce Duydunuz mu? |     |      |
| Evet                                      | 63  | 45,0 |
| Hayır                                     | 77  | 55,0 |
| Toplam                                    | 140 | 100  |

Tablo 1 incelendiğinde; çalışmaya katılan öğrencilerin cinsiyet değişkenine bakıldığı zaman erkek öğrenciler 89 (%63,6) kişi iken kadın öğrenciler 51 (%36,4) kişidir. Katılımcıların yaş durumları incelendiği zaman en yüksek katılım 21-23 yaş aralığında 83 (%59,3) kişi olup, en düşük katılım ise 24 yaş ve üzeri olup 19 (%13,6) kişidir. Katılımcıların sınıfınız değişkenine bakıldığında ise en yüksek katılım 50 kişi ile (%35,7) 4. sınıflar olurken en düşük katılım ise 20 (%14,3) kişi ile 1. sınıflardan olmuştur. Katılımcıların günlük internet kullanma süresi değişkenine bakıldığında en yüksek katılım 57 kişi ile (%40,7) 2-5 saat arası oluştururken, en düşük katılım ise 27 (%19,3) kişi ile 1-2 saat arası oluşturmaktadır. Katılımcıların internet kullanma beceriniz değişkenine bakıldığı zaman orta diye cevap veren öğrenciler 61 (%43,6) kişi iken yüksek diye cevap veren öğrenciler ise 79 (%56,4) kişidir. Katılımcıların daha önce Metaverse terimini duydunuz mu değişkenine bakıldığı zaman evet diyen öğrenciler 63 (%45,0) kişi iken hayır diye cevap veren öğrenciler ise 77 (%55,0) kişidir.

**Tablo 2.** Katılımcıların metaverse bilgi düzeyleri alt boyutlarının ve toplam puanının cinsiyet değişkenine göre karşılaştırılması

| Ölçek                  | Alt Boyutlar | Cinsiyet | n  | X    | Ss    | t     | p            |
|------------------------|--------------|----------|----|------|-------|-------|--------------|
| Metaverse Bilgi Düzeyi | Teknoloji    | Erkek    | 89 | 3,53 | ,906  | 1,169 | ,244         |
|                        |              | Kadın    | 51 | 3,36 | ,700  |       |              |
|                        | Dijitalleşme | Erkek    | 89 | 3,62 | ,914  | 1,994 | <b>,048*</b> |
|                        |              | Kadın    | 51 | 3,32 | ,764  |       |              |
|                        | Sosyal       | Erkek    | 89 | 3,20 | 1,142 | -,253 | ,800         |
|                        |              | Kadın    | 51 | 3,25 | ,885  |       |              |
|                        | Yaşam Biçimi | Erkek    | 89 | 3,47 | ,992  | ,528  | ,598         |
|                        |              | Kadın    | 51 | 3,39 | ,842  |       |              |
|                        | Toplam       | Erkek    | 89 | 3,49 | ,818  | 1,126 | ,262         |
|                        |              | Kadın    | 51 | 3,34 | ,670  |       |              |

(p<0.05)

Tablo 2 incelendiği zaman katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin metaverse bilgi düzeylerinin alt boyutlarında ve toplam puan karşılaştırılmasında; dijitalleşme boyutunda erkek katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Diğer alt boyutta ve toplam puanda ise herhangi bir anlamlılığa rastlanmamıştır.

**Tablo 3.** Katılımcıların metaverse bilgi düzeyleri alt boyutlarının ve toplam puanının Metaverse Terimini Duydunuz Mu? değişkenine göre karşılaştırılması

| Ölçek                  | Alt Boyutlar | Metaverse Terimini Duydunuz mu? | n  | X    | Ss    | t     | p            |
|------------------------|--------------|---------------------------------|----|------|-------|-------|--------------|
| Metaverse Bilgi Düzeyi | Teknoloji    | Evet                            | 63 | 3,75 | ,724  | 3,727 | <b>,001*</b> |
|                        |              | Hayır                           | 77 | 3,24 | ,860  |       |              |
|                        | Dijitalleşme | Evet                            | 63 | 3,79 | ,851  | 3,502 | <b>,004*</b> |
|                        |              | Hayır                           | 77 | 3,29 | ,828  |       |              |
|                        | Sosyal       | Evet                            | 63 | 3,37 | 1,181 | 1,511 | ,133         |
|                        |              | Hayır                           | 77 | 3,10 | ,926  |       |              |
|                        | Yaşam Biçimi | Evet                            | 63 | 3,69 | ,899  | 2,938 | <b>,008*</b> |
|                        |              | Hayır                           | 77 | 3,24 | ,925  |       |              |
|                        | Toplam       | Evet                            | 63 | 3,69 | ,684  | 3,713 | <b>,001*</b> |
|                        |              | Hayır                           | 77 | 3,23 | ,775  |       |              |

(p<0.05)

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların metaverse terimini daha önce duydunuz değişkenine ilişkin metaverse bilgi düzeylerinin alt boyutlarında ve toplam puan karşılaştırılmasında; sosyal alt boyutu hariç tüm alt boyutlarda ve toplam puanda evet diyen katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmüştür.

**Tablo 4.** Katılımcıların metaverse bilgi düzeyleri alt boyutlarının ve toplam puanının yaş durumu değişkenine göre karşılaştırılması

| Ölçek                  | Alt Boyutlar        | Yaş                 | N    | X    | Ss    | f            | p            | Anlamlı Fark |
|------------------------|---------------------|---------------------|------|------|-------|--------------|--------------|--------------|
| Metaverse Bilgi Düzeyi | Teknoloji           | (a) 18-20 yaş       | 38   | 3,21 | ,985  | 2,672        | ,073         | -            |
|                        |                     | (b) 21-23 yaş       | 83   | 3,55 | ,769  |              |              |              |
|                        |                     | (c) 24 yaş ve üzeri | 19   | 3,62 | ,733  |              |              |              |
|                        | Dijitalleşme        | (a) 18-20 yaş       | 38   | 3,25 | ,993  | 3,411        | <b>,036*</b> | c>a          |
|                        |                     | (b) 21-23 yaş       | 83   | 3,56 | ,797  |              |              |              |
|                        |                     | (c) 24 yaş ve üzeri | 19   | 3,85 | ,818  |              |              |              |
|                        | Sosyal              | (a) 18-20 yaş       | 38   | 3,75 | 1,099 | 1,724        | ,182         | -            |
|                        |                     | (b) 21-23 yaş       | 83   | 3,24 | 1,074 |              |              |              |
|                        |                     | (c) 24 yaş ve üzeri | 19   | 3,75 | ,779  |              |              |              |
|                        | Yaşam Biçimi        | (a) 18-20 yaş       | 38   | 3,07 | 1,085 | 4,438        | <b>,014*</b> | b>a          |
|                        |                     | (b) 21-23 yaş       | 83   | 3,59 | ,849  |              |              |              |
|                        |                     | (c) 24 yaş ve üzeri | 19   | 3,56 | ,824  |              |              |              |
| Toplam                 | (a) 18-20 yaş       | 38                  | 3,16 | ,926 | 3,791 | <b>,025*</b> | b>a          |              |
|                        | (b) 21-23 yaş       | 83                  | 3,52 | ,676 |       |              |              |              |
|                        | (c) 24 yaş ve üzeri | 19                  | 3,64 | ,690 |       |              |              |              |

(p<0.05)

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların yaş durumlarına ilişkin metaverse bilgi düzeylerinin alt boyutlarında ve toplam puanlarının karşılaştırılmasında; dijitalleşme, yaşam biçimi ve toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı bir farka rastlanmıştır olup, 21-23 yaş arası ve 24 yaş ve üzeri katılımcıların 18-20 yaş arası katılımcılara oranla anlamlı düzeyde daha fazla ortalamaya sahip oldukları görülmüştür.

**Tablo 6.** Katılımcıların metaverse bilgi düzeyleri alt boyutlarının ve toplam puanının sınıf değişkenine göre karşılaştırılması

| Ölçek                  | Alt Boyutlar | Sınıfınız    | n    | X     | Ss    | f     | p    | Anlamlı Fark |
|------------------------|--------------|--------------|------|-------|-------|-------|------|--------------|
| Metaverse Bilgi Düzeyi | Teknoloji    | (a) 1. Sınıf | 20   | 3,32  | 1,205 | ,646  | ,587 | -            |
|                        |              | (b) 2. Sınıf | 38   | 3,50  | ,748  |       |      |              |
|                        |              | (c) 3. Sınıf | 32   | 3,37  | ,629  |       |      |              |
|                        |              | (d) 4. Sınıf | 50   | 3,57  | ,854  |       |      |              |
|                        | Dijitalleşme | (a) 1. Sınıf | 20   | 3,50  | 1,201 | ,356  | ,785 | -            |
|                        |              | (b) 2. Sınıf | 38   | 3,57  | ,873  |       |      |              |
|                        |              | (c) 3. Sınıf | 32   | 3,38  | ,708  |       |      |              |
|                        |              | (d) 4. Sınıf | 50   | 3,57  | ,830  |       |      |              |
|                        | Sosyal       | (a) 1. Sınıf | 20   | 3,00  | 1,246 | 2,119 | ,101 | -            |
|                        |              | (b) 2. Sınıf | 38   | 3,53  | ,961  |       |      |              |
|                        |              | (c) 3. Sınıf | 32   | 2,96  | ,974  |       |      |              |
|                        |              | (d) 4. Sınıf | 50   | 3,24  | 1,050 |       |      |              |
| Yaşam Biçimi           | (a) 1. Sınıf | 20           | 3,01 | 1,167 | 1,704 | ,169  | -    |              |
|                        | (b) 2. Sınıf | 38           | 3,55 | ,849  |       |       |      |              |
|                        | (c) 3. Sınıf | 32           | 3,53 | ,820  |       |       |      |              |
|                        | (d) 4. Sınıf | 50           | 3,48 | 952   |       |       |      |              |
| Toplam                 | (a) 1. Sınıf | 20           | 3,25 | 1,103 | ,860  | ,464  | -    |              |
|                        | (b) 2. Sınıf | 38           | 3,53 | ,769  |       |       |      |              |
|                        | (c) 3. Sınıf | 32           | 3,35 | ,535  |       |       |      |              |
|                        | (d) 4. Sınıf | 50           | 3,51 | ,737  |       |       |      |              |

(p<0.05)

Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların sınıf durumlarına ilişkin metaverse bilgi düzeylerinin alt boyutlarında ve toplam puanlarının karşılaştırılmasında; alt boyutların tamamında ve toplam puanda istatistiksel olarak herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

**Tablo 6.** Katılımcıların metaverse bilgi düzeyleri alt boyutlarının ve toplam puanının günlük internet kullanma süresi değişkenine göre karşılaştırılması

| Ölçek                  | Alt Boyutlar | Günlük İnternet Kullanma Süresi | N  | X    | Ss    | f     | p    | Anlamlı Fark |
|------------------------|--------------|---------------------------------|----|------|-------|-------|------|--------------|
| Metaverse Bilgi Düzeyi | Teknoloji    | (a) 1-2 Saat                    | 27 | 3,52 | ,885  |       |      |              |
|                        |              | (b) 2-5 Saat                    | 57 | 3,39 | ,717  | ,407  | ,666 | -            |
|                        |              | (c) 5 Saat ve üzeri             | 56 | 3,52 | ,933  |       |      |              |
|                        | Dijitalleşme | (a) 1-2 Saat                    | 27 | 3,62 | ,775  |       |      |              |
|                        |              | (b) 2-5 Saat                    | 57 | 3,37 | ,794  | 1,133 | ,267 | -            |
|                        |              | (c) 5 Saat ve üzeri             | 56 | 3,61 | ,980  |       |      |              |
|                        | Sosyal       | (a) 1-2 Saat                    | 27 | 3,27 | ,993  |       |      |              |
|                        |              | (b) 2-5 Saat                    | 57 | 3,21 | ,991  | ,044  | ,957 | -            |
|                        |              | (c) 5 Saat ve üzeri             | 56 | 3,20 | 1,155 |       |      |              |
|                        | Yaşam Biçimi | (a) 1-2 Saat                    | 27 | 3,55 | ,857  |       |      |              |
|                        |              | (b) 2-5 Saat                    | 57 | 3,35 | ,923  | ,494  | ,611 | -            |
|                        |              | (c) 5 Saat ve üzeri             | 56 | 3,48 | ,996  |       |      |              |
|                        | Toplam       | (a) 1-2 Saat                    | 27 | 3,52 | ,773  |       |      |              |
|                        |              | (b) 2-5 Saat                    | 57 | 3,36 | ,669  | ,583  | ,559 | -            |
|                        |              | (c) 5 Saat ve üzeri             | 56 | 3,49 | ,861  |       |      |              |

(p<0.05)

Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların günlük internet kullanma durumlarına ilişkin metaverse bilgi düzeylerinin alt boyutlarında ve toplam puanlarının karşılaştırılmasında; alt boyutların tamamında ve toplam puanda istatistiksel olarak herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

**Tablo 7.** Katılımcıların metaverse bilgi düzeyleri alt boyutlarının ve toplam puanının internet kullanabilme beceresi değişkenine göre karşılaştırılması

| Ölçek                  | Alt Boyutlar | İnternet Kullanabilme Becerisi | N  | X    | Ss    | f     | p            | Anlamlı Fark |
|------------------------|--------------|--------------------------------|----|------|-------|-------|--------------|--------------|
| Metaverse Bilgi Düzeyi | Teknoloji    | (a) Orta                       | 61 | 3,37 | ,844  |       |              |              |
|                        |              | (b) Yüksek                     | 79 | 3,54 | ,831  | 1,505 | ,222         | -            |
|                        | Dijitalleşme | (a) Orta                       | 61 | 3,34 | ,882  |       |              |              |
|                        |              | (b) Yüksek                     | 79 | 3,64 | ,847  | 4,163 | <b>,043*</b> | b>a          |
|                        | Sosyal       | (a) Orta                       | 61 | 3,11 | 1,018 |       |              |              |
|                        |              | (b) Yüksek                     | 79 | 3,31 | 1,078 | 1,186 | ,278         | -            |
|                        | Yaşam Biçimi | (a) Orta                       | 61 | 3,33 | 1,008 |       |              |              |
|                        |              | (b) Yüksek                     | 79 | 3,53 | ,877  | 1,459 | ,229         | -            |
|                        | Toplam       | (a) Orta                       | 61 | 3,32 | ,799  |       |              |              |
|                        |              | (b) Yüksek                     | 79 | 3,53 | ,736  | 2,506 | ,116         | -            |

(p<0.05)

Tablo 7 incelendiğinde katılımcıların internet kullanabilme beceri durumlarına ilişkin metaverse bilgi düzeylerinin alt boyutlarında ve toplam puanlarının karşılaştırılmasında; dijitalleşme alt boyutunda anlamlı farka rastlanmış olup, interneti yüksek kullanıma sahip katılımcıların lehine anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Diğer alt boyutlarda ve toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı bir farka rastlanmamıştır.

**Tablo 8.** Katılımcıların metaverse bilgi düzeyleri alt boyutlarının ve toplam puanı arasındaki ilişkinin araştırılması

| Boyutlar     |   | Teknoloji | Dijitalleşme | Sosyal | Yaşam Biçimi |
|--------------|---|-----------|--------------|--------|--------------|
| Teknoloji    | r | 1         | ,833*        | ,551*  | ,603*        |
|              | p |           | ,000         | ,000   | ,000         |
| Dijitalleşme | r | ,833*     | 1            | ,526** | ,628*        |
|              | p | ,000      |              | ,000   | ,000         |
| Sosyal       | r | ,551*     | ,526*        | 1      | ,429*        |
|              | p | ,000      | ,000         |        | ,000         |
| Yaşam Biçimi | r | ,603*     | ,628*        | ,429*  | 1            |
|              | p | ,000      | ,000         | ,000   |              |

(p<0.05)

Tablo 9 incelendiğinde teknoloji ve dijitalleşme boyutları arasında ( $r = ,833^*$ ) yüksek düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Teknoloji ve sosyal boyutları arasında ( $r = ,551^*$ ) orta düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Teknoloji ve yaşam biçimi boyutları arasında ( $r = ,603^*$ ) orta düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Dijitalleşme ve sosyal boyutları arasında ( $r = ,526^*$ ) orta düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Dijitalleşme ve yaşam biçimi boyutları arasında ( $r = ,603^*$ ) orta düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Sosyal ve yaşam biçimi boyutları arasında ( $r = ,429^*$ ) düşük düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir.

#### 4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu bölümde, ulaşılan bulgular literatür çerçevesinde tartışılmıştır. Araştırmada, Erzurum Teknik Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği bölümünde eğitim alan öğrencilerin metaverse bilgi düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi amaçlanmıştır. Katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin metaverse bilgi düzeylerinde alt boyutlarında ve toplam puanlarının karşılaştırılmasında; dijitalleşme boyutu hariç herhangi bir anlamlılığa rastlanmamıştır. Dijitalleşme alt boyutunda ise erkek katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Bu durumun dijital ortamlarda erkeklerin daha fazla olmaları ve kadınların erkekler kadar kendilerini güvende hissetmemeleri nedeniyle yeni sanal ortamlara erkeklerden daha temkinli yaklaşımlarından kaynaklanmış olabileceği söylenebilir. Nitekim Baltaş (2022), kadınlara ait ilk metaverse deneyimlerinin olumsuz olduğunu belirten açıklamaların bulunduğunu belirtmiştir.

Bulgularımıza paralel olarak, Aburbeian ve ark. (2022), erkeklerin metaverse teknolojisiyle kadınlardan daha fazla ilgilendiğini bulmuşlardır. Newzoo (2022) araştırmasında, metaverse oyuncularının çoğunun erkekler (%59), toplam oyuncuların çoğunluğunun ise kadınlar (%53) olduğunu tespit edildiğini belirtmiştir. Bu sonuçlardan farklı olarak, kadınların metaverse ile daha fazla ilgili olduğunu belirten çalışmalar da literatürde yer almaktadır. Suh ve Seongjin (2022), ilkökul öğrencileri örnekleminde yaptıkları araştırmada, kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre metaverse ortamını daha fazla kullanmaya niyetleri olduğunu bulmuşlar, kız öğrencilerin erkeklere göre daha fazla metaverse deneyimlediklerini ve burada daha sık ve daha uzun süre aktif olduklarını belirtmişlerdir. Boz (2019), Türkiye’deki resmî ve özel ortaokul ve liselerde görev yapan 15.867 öğretmenin katılımıyla 2018-2019 yılında yapılan araştırmada, artırılmış gerçeklik uygulamalarını kadın öğretmenlerin erkek öğretmenlerden daha fazla kullandıklarını bulduğunu belirtmiştir. Luke ve Evelina (2017), Endonezya’da yaptıkları araştırmada, çevrimiçi sosyal ağların, Endonezyalı genç kadınlar tarafından, bilgi paylaşmak, öz kimlik göstermek ve ilişkiyi sürdürmek için bir platform olarak abartılı bir şekilde kullanıldığını tespit etmişlerdir.

Katılımcıların “metaverse terimini daha önce duydunuz mu?” değişkenine ilişkin metaverse bilgi düzeylerinin alt boyutlarında ve toplam puan karşılaştırılmasında; sosyal alt boyutu hariç tüm alt boyutlarda ve toplam puanda evet diyen katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Bu durum teknoloji ve özellikle dijital ortamda yetişen gençlerin metaverse kavramından da haberdar olmalarının beklenen bir durum olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Bulgumuza paralel olarak, Statista (2022) tarafından yapılan araştırmada, Ocak 2022 itibarıyla Amerika Birleşik Devletleri’ndeki yetişkinlerin % 14’ünün metaverse bilgilerinin çok iyi olduğu, % 24’ünün biraz bilgi sahibi oldukları, % 31’inin Metaverse kavramını duydukları ancak ne olduğunu bilmedikleri, % 31’inin ise metaverse terimini daha önce hiç duymadıkları tespit edilmiştir. Ipsos (2022) tarafından 29 ülkeyi kapsayan ankette, metaverse hakkında bilgi sahibi olanların % 52 oranında olduğu ve erkeklerin kadınlardan daha fazla oranda (%59) evet cevabı verdikleri tespit edilmiştir.

Sayimer ve Küçüksaraç (2015) tarafından iletişim fakültesi öğrencileriyle yapılan benzer bir araştırmada, artırılmış gerçeklik uygulamalarını bilen öğrencilerin oranı %52 olarak bulunmuştur. Uygur ve ark. (2018) ise, öğretmen adayları ile ilgili araştırmalarında, katılımcıların yaklaşık yarısının (%50,9) artırılmış gerçeklik uygulamalarından haberdar olduğunu bulmuşlardır. Talan ve Kalinkara (2022), Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu bölgesindeki bir devlet üniversitesinin Bilgisayar Mühendisliği Bölümü'nde okuyan 34 ikinci sınıf öğrencisi örnekleminde yaptıkları araştırmada, öğrencilerin büyük çoğunluğunun (%70,6) daha önce Metaverse kullanmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla öğrencilerin Metaverse uygulaması konusunda yeterli deneyime sahip olmadıkları ve uygulamayı çok iyi bilmedikleri sonucuna varılabilir. Bunun ana nedeni, Metaverse'in henüz yaygın olarak kullanılmaması ve öğrenme-öğretme sürecinde etkinliği konusunda yeterli araştırma bulunmaması olabilir.

Suh ve Seongjin (2022), G. Kore'deki 336 ilkökul öğrencisiyle yaptıkları araştırma sonucunda ortalama olarak, ilkökul öğrencilerinin %97,9'unun metaverse deneyimine sahip olduğunu ve bunların %95,5'inin günlük yaşamlarıyla yakından ilgili olduğunu düşündüklerini bulmuşlardır. Katılımcı ilkökul öğrencilerinin Metaverse'ü yalnızca deneysel koşullarda değil, günlük yaşamlarında da gerçekten kullandığını doğrulamışlardır.

Araştırmada katılımcıların yaş durumlarına ilişkin metaverse bilgi düzeylerinin alt boyutlarında ve toplam puanlarının karşılaştırılmasında; dijitalleşme, yaşam biçimi ve toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmıştır. Bu durumun üst yaş grubunun mesleğe atılmadan önce kendilerini geliştirme ihtiyaçlarına bağlı olarak artan sorumluluk duyguları gereği teknolojik gelişmeleri daha iyi takip etmeye başlamalarından kaynaklanmış olabileceği söylenebilir. Aburbeian ve ark. (2022) araştırmalarında 20 yaşından küçük katılımcıların diğer yaş gruplarına göre Metaverse teknolojisi ile daha fazla ilgilendiğini bulmuşlardır. Benzer şekilde Statista (2022)'nin araştırmalarında, yaş ilerledikçe metaverse bilgisine sahip olduğunu söyleyenlerin oranında azalma görüldüğü bulunmuştur. Bu sonuçlarla uyumlu olarak Newzoo (2021) dünya çapında 33 pazarda yaptığı "On yıllık Oyuncu Tüketici Araştırması" raporunda; Z kuşağının boş zamanının %25'inde internette oyun oynadığı, bu grubun %81'inin ise dijital oyunlar oynadığı, bu oranın her eski nesil ile azaldığı, Z kuşağının %71'i ve Y kuşağının %67'sinin hem oyun oynadığı hem de izlediği, 50 yaşın altındaki oyuncuların yarısından fazlasının ise gelecekte oyun dünyasında bulunmaya devam edeceği sonuçlarına ulaşıldığı belirtilmiştir. Şubat 2022'de yapılan bir araştırmada, 18-35 yaş arası genç Singapuruların % 77'sinin, 35 ila 54 yaş grubundakilerin % 65'inin ve 55 yaş üstündekilerin ise % 57'sinin metaverse ile ilgilendiği bulunmuştur (Statista, 2022).

Havas Groups (2022) tarafından yapılan araştırmada ise, küresel üretici ve tüketicilerin %89'unun ve toplumun genelinin ise %73'ünün metaverse farkındalığına sahip olduklarını bulmuştur. Aynı araştırmada, gelişmekte olan ülkeler ile daha genç nüfusa sahip ülkelerin farkındalıklarının daha yüksek olduğu, örneğin, Arjantin, Brezilya, Meksika, Peru, Singapur ve Birleşik Arap Emirlikleri'ndeki (ortalama yaşları 29,2 ile 33,5 arasında değişen ülkeler) tüketicilerin %95'den daha fazlasının Metaverse'e aşina olduğu belirtilmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin sınıf durumlarına ilişkin metaverse bilgi düzeylerinin alt boyutlarında ve toplam puanlarının karşılaştırılmasında; alt boyutların tamamında ve toplam puanda istatistiksel olarak herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Bu durumun yaş aralığına bağlı olarak sınıf düzeylerinin birbirine yakın olmasından kaynaklanmış olabileceği söylenebilir.

Bu tespitimizden farklı olarak, Suh ve Seongjin (2022), altıncı sınıf öğrencilerinin metaverse ürünlerini beşinci sınıf öğrencilerine göre daha kolay kullandığını düşündükleri ve bu öğrencilerin kullanmaya daha fazla niyetleri olduğunu doğrulamışlardır. Araştırmada katılımcıların günlük internet kullanma durumlarına ilişkin metaverse bilgi düzeylerinin alt boyutlarında ve toplam puanlarının karşılaştırılmasında; alt boyutların tamamında ve toplam puanda istatistiksel olarak herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Bu durumda internet kullanma süresinin metaverse bilgi düzeyleri üzerinde herhangi bir farklı etki yaratmamasından kaynaklanabileceği düşünülebilir.

Suh ve Seongjin (2022), araştırmalarında kullanım sıklığı ve süresi olarak, öğrencilerin en fazla "haftada iki veya üç kez" ve "1-5 saat" şeklinde cevap verdiklerini bulmuşlardır. Katılımcı öğrencilerin, çoğu zaman, yeni mesaj veya gönderi olup olmadığını kontrol etmeyi içeren ve daha sonra hemen sona eren, zaman izin verdiğinde ise kolayca erişilebilen sosyal ağ hizmetlerine ilişkin davranışlarının muhtemel olduğu değerlendirilmiştir. Muninder (2022), 2026 yılına kadar, dünya nüfusunun %25'inin alışveriş, iş, eğitim, sosyal etkileşim veya eğlence gibi dijital etkinlikler için Metaverse'de günde en az bir saat geçirmelerinin beklendiğini belirtmektedir.

Araştırma bulgularından biri de katılımcıların internet kullanabilme beceri durumları ile ilgilidir. Bu değişkene ilişkin katılımcı öğrencilerin metaverse bilgi düzeylerinin alt boyutlarında ve toplam puanlarının karşılaştırılmasında; dijitalleşme alt boyutunda anlamlı farka rastlanmıştır. Bu durumun interneti yüksek kullanım becerisine sahip katılımcıların lehine anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Diğer alt boyutlarda ve toplam puanda istatistiksel olarak herhangi bir anlamlı

farklılığa rastlanmamıştır. Bu durumun internet kullanma becerisi yüksek olan öğrencilerin Metaverse kullanma becerilerinin de olumlu olarak etkilendiği şeklinde yorumlanabilir.

Mundy ve ark. (2019), çeşitli eğitim geçmişlerinden gelen öğretim teknolojisi ve özel eğitim öğretmenlerinden oluşan örnekleme, sınıfta artırılmış gerçeklik kullanma konusunda yapılan ankette, katılanların çoğu, kendilerini artırılmış gerçeklik dünyasında orta veya ileri düzeyde algıladıklarını belirtmişlerdir. Aburbeian ve ark. (2022)'na göre, Metaverse teknolojisi kullanıcıya onu keşfetme zevki ve merakı verdiğinde, bu durum Metaverse teknolojisinin kullanım kolaylığını hissetmeye yardımcı olacaktır.

Lee ve Hwang (2022), teknoloji entegrasyonuna yönelik öğretmen adaylarının hazır bulunuşluklarını, özellikle, sanal gerçeklik deneyiminin öğretmen adayları üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla yaptıkları araştırmada, dört kategoride (1. Teknolojik hazırlık, 2. Dijital vatandaşlık (4C; yaratıcılık, kritik düşünce, işbirliği ve iletişim), 3. algılanan pedagojik faydalar ve 4. Öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılamak için özel olarak hazırlanmış sanal gerçeklik öğretim içeriği ihtiyaçları) verilen cevapları incelemişlerdir. Öğretmen adaylarının teknolojik yeterlik bakımından ortalamanın üzerinde puan aldıkları ve teknolojik yeterliklerinin istatistiksel olarak farklılık göstermediğini bulmuşlardır. Bu durumun dijital cihazlarla büyüyen araştırma grubunun teknolojiyi benimseme konusundaki ustalıklarından kaynaklanmış olabileceğini savunmuşlardır.

Araştırmada alt boyutların korelasyonları incelendiğinde teknoloji ve dijitalleşme alt boyutları arasında yüksek düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Teknoloji ile sosyal boyut ve yaşam biçimi boyutları arasında ve dijitalleşme ile sosyal boyut ve yaşam biçimi alt boyutları arasında orta düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki görülmüştür. Buna karşılık sosyal ve yaşam biçimi boyutları arasında ise düşük düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur (Tablo 9).

Aburbeian ve ark. (2022), metaverse teknolojisinin kabulünü etkileyebilecek değişkenleri ve bu değişkenler arasındaki ilişkileri araştırdıkları çalışmalarında, öz yeterlilik ile sosyal norm ve fiyat arasında negatif, öz yeterlilik ile algılanan merak, algılanan zevk, algılanan kullanışlılık, algılanan kullanım kolaylığı, davranışsal niyet ve teknoloji kullanımına karşı tutum arasında pozitif yönlü korelasyon tespit ettiklerini belirtmişlerdir. Sosyal normun algılanan kullanışlılığı önemli ölçüde etkilediğini, yani başkalarının görüşlerinin teknoloji katılımını etkilediğini belirtmişlerdir. Bu tespitin araştırmamızla paralellik gösterdiği söylenebilir.

Araştırmamızdan farklı olarak, Süleymanoğulları ve ark. (2022) metaverse ölçme aracını geliştirdikleri araştırmada, sosyal boyutun teknoloji ve yaşam biçimi boyutu ile herhangi bir ilişkisi olmadığını bulmuşlardır. Araştırma kapsamında incelenen örneklemin öğretmen adayları olması nedeniyle Metaverse'ün eğitim alanında kullanılmasına yönelik bazı tespitlere de yer verme ihtiyacı bulunmaktadır. Metaverse kavramının merkezinde, gerçek zamanlı olarak erişilebilir ve etkileşimli olan sanal, üç boyutlu bir ortam konsepti yer almaktadır. Bu ortamlardan biri de eğitim faaliyetinin yürütebileceği ortamlardır. Metaverse'ü hayata geçirmek için genişletilmiş gerçekliğin (XR), (Artırılmış gerçeklik-AR, sanal gerçeklik-VR ve karma gerçeklik -MR birleşimi) önemli bir rol oynayacağına inanılmaktadır (Hall & Li, 2021). Metaverse'ün akademik ve mesleki eğitim alanında değişimler yarattığı görülmektedir. Metaverse'ün ana teknolojik bileşenleri olan VR ve AR söz konusu değişimlerde kullanılmaya başlanmıştır (STM ThinkTech, 2022). AR ve VR kullanımı henüz akademik eğitim ortamında destekleyici ve deneysel kalmakla birlikte, pandemi nedeniyle öne çıktığı görülen uzaktan eğitim zorunluluğu dijital eğitim fırsatlarını da beraberinde getirdiğinden bazı üniversiteler derslerini VR'da vermeye başlamıştır (PSU, 2018).

Sonuç olarak cinsiyete göre, erkek öğretmen adaylarının metaverse bilgi düzeylerinin kadın öğretmen adaylarının metaverse bilgi düzeylerinden anlamlı düzeyde yüksek olduğu saptanmıştır. Metaverse terimini duyma değişkenine göre, evet diyen öğretmen adaylarının metaverse bilgi düzeylerinin hayır diyen öğretmen adaylarının metaverse bilgi düzeylerinden anlamlı düzeyde yüksek olduğu saptanmıştır. Ayrıca sınıf değişkeni açısından, öğretmen adaylarının metaverse bilgi düzeyleri açısından anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Araştırma bulguları birlikte değerlendirildiğinde sonuç olarak, erkek öğretmen adaylarının metaverse bilgi düzeylerinin kadın öğretmen adaylarında daha yüksek olduğu ve bu doğrultuda kendilerini metaverse konusunda daha yetkin hissettikleri söylenebilir. İnternet kullanabilme becerisi yüksek olan öğretmen adaylarının metaverse bilgi düzeylerinin de yüksek olduğu tespit edilmiştir. Birçok alanda olduğu gibi eğitim alanında da kullanılmaya başlayan Metaverse hakkında öğretmen adaylarının bilgi düzeylerinin yükseltilmesinin gerektiği, bu konuda eğitim planlayıcıları tarafından gerekli çalışmaların yapılması ve araştırmanın farklı değişkenlerle, farklı örneklemlerde yapılması önerilebilir.

## 5. DESTEK VE TEŞEKKÜR BEYANI

Araştırmaya gönüllü olarak katılan Erzurum Teknik Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü öğrencilerine teşekkür ederiz.

## 6. ETİK BEYANI

Yayın etiğine uygun olarak etik kurul onayı Atatürk Üniversitesi Rektörlüğü Spor Bilimleri Fakültesi Dekanlığının Fakültemiz Etik Kurulunun 20.04.2022 tarihli oturumunda alınan E-70400699-050.02.04-2200183831 sayılı kararı ile alınmıştır.

## 7. YAZAR KATKILARI

Araştırma hipotezi MT tarafından oluşturuldu. Araştırmada kullanılan verilerin toplanmasında BÇS ve BK görev aldı. Özet, Giriş, Tartışma ve Kaynaklar bölümlerinin yazımında BÇS, BK ve MT, Yöntem ve Bulgular bölümünün yazımında BÇS, MT, Tartışma bölümünün yazımında BÇS, BK görev almıştır.

## 8. KAYNAKLAR

- Aburbeian, A.M., Owda, A.Y. & Owda, M. (2022). A technology acceptance model survey of the metaverse prospects. *AI*, 3(2), 285–302. <https://doi.org/10.3390/ai3020018>
- Altınışık, Ü., İlhan, E. L., & Kurtipek, S. (2021). Zihinsel engelli bireylerde sporun etkilerine yönelik farkındalık spor yöneticisi adayları üzerine bir araştırma. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 16(2), 79–90. <https://doi.org/10.33459/cbubesbd.973598>
- Ayiter, E. (2012). Further dimensions: Text, typography and play in the Metaverse. *2012 International Conference on Cyberworlds (pp. 296-303)*. IEEE. <https://doi.org/10.1109/CW.2012.50>.
- Baltaş A. (2022). *Metaverse'ün hayatımıza getirecekleri- IV*. <https://kaynakbaltas.com/genel/metaverseun-hayatimiza-getirecekleri-iv>
- Boz, M.S. (2019). Eğitimde artırılmış gerçeklik uygulamalarının değerlendirilmesi. *Millî Eğitim Bakanlığı Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü Yayını*, 1-46. [https://yegitek.meb.gov.tr/meb\\_iys\\_dosyalar/2020\\_03/26132150\\_egitimdeartirilmisgerceklikuygulamalarinindegerlendirilmesi.pdf](https://yegitek.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2020_03/26132150_egitimdeartirilmisgerceklikuygulamalarinindegerlendirilmesi.pdf)
- Bruun, A., & Stentoft, M. L. (2019). Lifelogging in the wild: Participant experiences of using lifelogging as a research tool. *IFIP Conference on Human-Computer Interaction (pp. 431-451)*. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-29387-1\\_24](https://doi.org/10.1007/978-3-030-29387-1_24)
- Çingöz, Y. E., & Mavibaş, M. (2022). Üniversite öğrencilerinin egzersiz bağımlılık düzeylerinin incelenmesi. *The Online Journal of Recreation and Sports*, 11(2), 19-28. <https://dergipark.org.tr/en/pub/tojras/issue/70029/1092871>
- Hall, S. & Li, C. (2021). The technologies that could make up the metaverse. <https://www.brinknews.com/what-is-the-metaverse>
- Havas, D. (2022). Metaverse: The age of experience. <https://dare.havas.com/insights-trends/metaverse-the-age-of-experience>
- Ipsos, (2022). How the world sees the metaverse and extended reality, A 29-country Global Advisor survey. *Global Version, Public*, 1-12.
- Kyle C. (2021). Facebook wants us to live in the metaverse.
- Lee, H. & Hwang, Y. (2022). Technology-enhanced education through VR-making and metaverse-linking to foster teacher readiness and sustainable learning. *Sustainability*, 14, 4786. <https://doi.org/10.3390/su14084786>
- Lim, W. Y. B., Xiong, Z., Niyato, D., Cao, X., Miao, C., Sun, S., & Yang, Q. (2022). Realizing the metaverse with edge intelligence: A Match Made in Heaven. *arXiv preprint arXiv:2201.01634*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2201.01634>
- Luke, J. Y. & Evelina, L. W. (2017). Exploring Indonesian young females online social networks (osns) addictions: A case study of mass communication female undergraduate students. *Proceedings of the 3rd International Conference on Communication and Information Processing, ICCIP '17, 400–404, New York, NY, USA*.
- Mundy, M. A., Hernandez, J. & Green, M. (2019). Perceptions of the effects of augmented reality in the classroom. *Journal of Instructional Pedagogies*, 22, 1-15. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1216828>
- Muninder (2022). *Metaverse demographics and usage statistics 2022*. <https://dailyblogging.org/technology/metaverse-demographics-and-usage-statistics>
- Mystakidis, S. (2022). Metaverse. *Encyclopedia*, 2(1), 486-497. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia2010031>
- Newzoo (2022). Deep dive: Early metaverse players-data on demographics, socializing, playing, & spending. <https://newzoo.com/insights/articles/deep-dive-metaverse-gamers-data-on-metaverse-demographics-socializing-playing-spending-2>
- Newzoo (2021). Newzoo's generations report: How different generations engage with games. <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoos-generations-report-how-different-generations-engage-with-games>



- Park, S. M., & Kim, Y. G. (2022). A Metaverse: Taxonomy, components, applications, and open challenges. *Ieee Access*, 10, 4209-4251. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3140175>
- Park, S., & Kim, S. (2022). Identifying world types to deliver gameful experiences for sustainable learning in the metaverse. *Sustainability*, 14(3), 1361. <https://doi.org/10.3390/su14031361>
- PSU. (2018). World Campus researches effectiveness of VR headsets and video in online classes. <https://www.psu.edu/news/research/story/world-campus-researches-effectiveness-vr-headsets-and-video-online-classes>
- Sayımer, I. & Kücüksaraç, B. (2015). Yeni teknolojilerin üniversite eğitimine katkısı: İletişim fakültesi öğrencilerinin artırılmış gerçeklik uygulamalarına ilişkin görüşleri. *International Journal of Human Sciences*, 12(2), 1536-1554. <https://www.j-humansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/view/3488>
- Suh, W. & Seongjin, A. (2022). Utilizing the metaverse for learner-centered constructivist education in the post-pandemic era: An analysis of elementary school students. *Journal of Intelligence*, 10(17). <https://doi.org/10.3390/jintelligence10010017>
- Süleymanoğulları, M., Özdemir, A., Bayraktar, G., & Vural, M. (2022). Metaverse ölçeği geliştirme çalışması/A Scale development study for metaverse. *Anatolia Sport Research*, 3(1), 47-58. <https://anatoliasr.org/index.php/asr/article/view/45>
- STM ThinkTech (2022). Metaverse: fırsatlar ve tehditler. *Trend Analizi*, 1-24.
- Statista (2022). *Familiarity with the metaverse according to adults in the United States as of January 2022*. <https://www.statista.com/statistics/1290378/unites-states-adults-familiarity-with-the-metaverse>.
- Statista (2022). *Interest in the metaverse in Singapore in 2022, by age group*. <https://www.statista.com/statistics/1300559/singapore-interest-in-metaverse-by-age-group>
- Talan, T., & Kalıncara, Y. (2022). Students' opinions about the educational use of the metaverse. *International Journal of Technology in Education and Science (IJTES)*, 6(2), 333-346. <https://doi.org/10.46328/ijtes.385>
- Uygur, M., Yelken, T. Y., & Akay, C. (2018). Analyzing the views of pre-service teachers on the use of augmented reality applications in education. *European Journal of Educational Research*, 7(4), 849-860. <https://doi.org/10.12973/eu-jer.7.4.849>
- Wiederhold, B. K. (2022). Ready (or Not) player one: Initial musings on the metaverse. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 25(1), 1-2. <https://doi.org/10.1089/cyber.2021.29234.editorial>
- William, B. (2018). III. Everything you know about the metaverse is wrong?

## Sporcularda Duygusal Zekâ İle Motivasyon Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

### Examination of the Relationship Between Intelligence and Motivation in Athletes

İnci GÜLER<sup>1</sup> , Süleyman Erim ERHAN<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ, Türkiye.

<sup>2</sup>Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Tekirdağ, Türkiye.

**ÖZ:** Bu çalışmada Tekirdağ Gençlik ve Spor Bakanlığı'na bağlı aktif lisanslı öğrencilerinin çeşitli değişkenlere göre duygusal zekâları ve spora katılım motivasyonlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma grubunu, Tekirdağ Gençlik ve Spor Bakanlığı'na bağlı aktif lisanslı öğrencilerden 148 (%49.3)'i kadın ve 152 (%50.7)'si erkek olmak üzere toplam 300 sporcu oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak "Kişisel Bilgi Formu", "Sporda Duygusal Zekâ Envanteri" ve "Spora GÜdülenme Ölçeği II" kullanılmıştır. Ölçek verilerinin karşılaştırılmasında ikili gruplar için Independent Samples T Test, üç ve daha fazla gruplar için One Way Anova testi uygulanmıştır. One Way Anova testi sonucunda anlamlı farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post Hoc testlerinden Tukey yapılmıştır. Ayrıca katılımcıların duygusal zekâ ve motivasyonları arasındaki ilişkinin saptanması için Pearson Korelasyon analizi uygulanmıştır. Araştırmada ortaya çıkan bulgulara göre cinsiyet, yaş, eğitim durumu, okul türü, lisans yılı, milli olma durumu ve anne baba tutumu değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar tespit edilmiştir. Bununla birlikte duygusal zekâ ve motivasyon arasındaki ilişkide anlamlı fark tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları incelendiğinde bu değişkenlerin sporcuların duygusal zekâ düzeyleri ve motivasyonlarında belirleyici bir rol aldığı söylenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** spora katılım, egzersiz, güdülenme, zekâ.

**ABSTRACT:** This study aimed to examine the emotional intelligence and sports participation motivations of the active, licensed students of Tekirdağ Ministry of Youth and Sports according to various variables. The research group comprises 300 athletes, 148 (49.3%) female and 152 (50.7%) male, active, licensed students affiliated with the Tekirdağ Ministry of Youth and Sports. In the research, "Personal Information Form", "Emotional Intelligence Inventory in Sports" and "Sports Motivation Scale-II" were used as data collection tools. In comparing scale data, the Independent Samples T-Test was applied for paired groups, and the One Way Anova test was applied for groups of three or more. Tukey, one of the Post Hoc tests, was used to determine which groups there were significant differences due to the One Way Anova test. In addition, Pearson Correlation analysis was applied to determine the relationship between the emotional intelligence and motivation of the participants. According to the research findings, statistically, significant differences were found between gender, age, education level, school type, undergraduate year, nationality, and parental attitude. However, a significant difference was found in the relationship between emotional intelligence and motivation. When the research results are examined, it can be said that these variables play a decisive role in the athletes' emotional intelligence levels and motivations.

**Keywords:** participation in sports, exercise, motivation, intelligence.

#### ACIK ERİŞİM

##### Editör:

Deniz BEDİR  
Erzurum Teknik Üniversitesi, Spor Bilimleri  
Fakültesi, Erzurum, Türkiye.

##### Hakemler:

Murat TEKİN  
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Spor  
Bilimleri Fakültesi, Karaman, Türkiye.  
İlker ÖZMUTLU  
Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Spor  
Bilimleri Fakültesi, Tekirdağ, Türkiye.

##### İletişim:

İnci GÜLER  
<mailto:inciguleer@icloud.com>  
Süleyman Erim ERHAN  
<mailto:seerhan@nku.edu.tr>

##### Tarihler:

Geliş: 07.05.2022  
Kabul: 24.05.2022  
Yayınlanma: 30.06.2022

##### Künye:

Güler, İ., & Erhan, S.E. (2022). Sporcularda duygusal zekâ ile motivasyon arasındaki ilişkinin incelenmesi. *IntJourExerPsyc*, 4(1):30-37.  
<https://doi.org/10.51538/intjouerpsyc.1134862>

## 1. GİRİŞ

Son yıllarda yapılan araştırmalara göre yüksek IQ' ya sahip olan bireylerin akademik anlamda başarılı ancak kendi yaşantılarında başarısız oldukları saptanmıştır (Karabulut, 2012). Bu durumun nedenini bulmak isteyen araştırmacılar araştırma sonunda duygusal zekâ kavramına ulaşmışlardır. Goleman'a göre duygusal zekâ kavramı, akıllı olmanın başka bir çeşidi olarak tanımlanmaktadır (Kırtıl, 2009). Zekâ ve duygusal zekâ kavramları birbirinden ayrı kavram olmakla birlikte birbirini tamamlayıcı kavramlardır. Aslında, birey başarılı olmak isterse hem duygusal zekâ düzeyi iyi olmalı hem de zekâsı iyi olmalıdır. Çünkü tek başına bireyin zekâsı başarı ve mutluluk getirmemektedir. Duygusal zekâsı yüksek olan bireyler ise; kendini ifade edebilen, karşı tarafın ne hissettiğini sezebilen, empati kurabilen, kendi motivasyonunu sağlayabilen ve hayatında da pozitif ve başarılı olma özelliklerine sahip bireylerdir (Taşkın, 2008).

Duygular, bireyin yaşamında önemli bir yere sahip olmakla birlikte bedensel ve ruhsal sağlığın korunmasında önemli bir etkisi vardır. Hem kendi duygularının hem de karşıdaki kişinin duygularının farkında olan birey, sosyal ilişkilerinde de başarılı olabileceği düşüncesi ile duygusal zekâ kavramını önemini ortaya çıkarmıştır (Eraslan, 2016).

Duygusal zekâ, hayatın her alanında etkili olduğu gibi spor alanında da performans üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır (Yanar, 2017). Spor, fiziksel gelişimin yanı sıra psikolojik gelişime de olumlu katkı sağlamaktadır. Gerek amatör sporcular gerekse profesyonel sporcular olsun hepsi için duygusal zekâ kavramı önemlidir (Erbektaş vd., 2017). Çünkü tüm sporcular müsabaka öncesinde ve müsabaka esnasında çok fazla kaygı ve strese maruz kalmaktadırlar. Sporcuların bu esnada yaşadıkları duygu yoğunluğu günlük yaşamından çok daha fazladır. Ayrıca, sporcuların müsabaka esnasında çevreden gelen olumsuz etkiler, seyirci baskısı ve rakip etkisi gibi psikolojik baskılara karşı normal bireylere göre çok fazla maruz kalmaktadır. Böyle durumlarda sporcu başarılı olmak için sporcunun kendi duygularını kontrol altına alabilmesi gereklidir ve diğer bireylerin duygularını da anlayabilmesi gerekmektedir (Yanar, 2017) Sporcuların sedanter bireylere göre çok yoğun duygular yaşamaları ve çok fazla psikolojik baskı altında olmaları bu araştırmada duygusal zekâ düzeyi ile spor arasında ki ilişkinin incelenmesine sebep olmuştur. Bu kapsamda araştırmanın amacı; duygusal zekâ düzeyi ile spor arasındaki ilişkinin incelenmesidir.

## 2. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, çalışma gurubu, veri toplama araçları ve verilerin analizi ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

### 2.1. Araştırmanın Modeli

Sporcuların bazı sosyo-demografik özelliklerine göre duygusal zekâ düzeyleri ile motivasyon arasındaki ilişkinin incelenmesinin amaçlandığı bu araştırmada betimsel yöntemlerden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modelleri, günümüzde ya geçmişte var olan bir durumu yansıtmayı amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Çalışmaya konu olan kişi ya da nesne, var olan koşullar içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır (Karasar, 2015). Birden fazla değişkenin aralarındaki ilişkiyi incelemek için ise ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

### 2.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini; Tekirdağ Gençlik ve Spor Bakanlığına bağlı lisanslı sporcular oluştururken; örneklem grubunu ise rastgele yöntemle seçilmiş 148' i kadın, 152' si erkek olmak üzere toplam 300 sporcu oluşturmaktadır. Katılımcılardan veri toplamadan önce Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Bilimsel Araştırma Yayın ve Etik Kurulundan gerekli izinler alınmıştır. Araştırma grubuna ait betimsel istatistikler Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1.** Araştırma grubunun demografik bilgilerine ait frekans ve yüzde değerleri

| Değişken  | n   | %    |
|-----------|-----|------|
| Cinsiyet  |     |      |
| Kadın     | 148 | 49,3 |
| Erkek     | 152 | 50,7 |
| Yaş       |     |      |
| 18-20 yaş | 75  | 25,0 |
| 21-23 yaş | 89  | 29,7 |
| 24-26 yaş | 81  | 27,0 |
| 27-30 yaş | 55  | 18,3 |

|                         |     |      |
|-------------------------|-----|------|
| <i>Eğitim Durumu</i>    |     |      |
| <i>Ortaöğretim</i>      | 82  | 27,3 |
| <i>Ön lisans</i>        | 96  | 32,0 |
| <i>Lisans</i>           | 122 | 40,7 |
| <i>Okul Türü</i>        |     |      |
| <i>Devlet</i>           | 175 | 58,3 |
| <i>Özel</i>             | 125 | 41,7 |
| <i>Spor Türü</i>        |     |      |
| <i>Bireysel</i>         | 165 | 55,0 |
| <i>Takım</i>            | 135 | 45,0 |
| <i>Lisans Yılı</i>      |     |      |
| <i>1-2 yıl</i>          | 114 | 38,0 |
| <i>3-4 yıl</i>          | 107 | 35,7 |
| <i>5-6 yıl</i>          | 46  | 15,3 |
| <i>7+ yıl</i>           | 33  | 11,0 |
| <i>Millilik Durumu</i>  |     |      |
| <i>Milli</i>            | 65  | 21,7 |
| <i>Milli değil</i>      | 235 | 78,3 |
| <i>Anne-Baba Tutum</i>  |     |      |
| <i>Aşırı Demokratik</i> | 130 | 43,3 |
| <i>Aşırı Koruyucu</i>   | 78  | 26,0 |
| <i>Otoriter</i>         | 48  | 16,0 |
| <i>İlgisiz</i>          | 44  | 14,7 |

### 2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenmesi için araştırmacılar tarafından oluşturulan “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır. Ayrıca katılımcıların duygusal zekâ düzeyleri “Sporda Duygusal Zekâ Envanteri” ile motivasyon düzeyleri ise “Sporda Güdülenme Ölçeği II” ile ölçülecektir. Anket ve ölçeklere ait bilgiler aşağıda verilmiştir.

*Kişisel Bilgi Formu:* Kişisel bilgi formu katılımcıların demografik (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, branş, lisans yılı, millî sporcu, okul türü, anne-baba tutumu) özelliklerini içeren bir anket formudur.

*Sporda Duygusal Zekâ Envanteri:* Schutte ve ark. (1998) tarafından geliştirilen ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği Adiloğulları ve Görgülü (2015) tarafından yapılmıştır. “Duygusal Zekâ Envanteri”; Başkalarının Duygularını Değerlendirme (1-4), Kendi Duygularını Değerlendirme (6-8), Duyguları Düzenleme (9-10), Sosyal Beceriler (11-13) ve Duyguların Kullanımı (16-19) olmak üzere 5 alt boyut ve toplam 19 maddeden oluşmaktadır. Ölçek 5’li likert tipine göre hazırlanmış ve cevaplama sistemi her bir ifade için “(5) Kesinlikle Katılıyorum”, “(4) Katılıyorum”, “(3) Kararsızım”, “(2) Katılmıyorum”, “(1) Kesinlikle Katılmıyorum” şeklinde cevaplanmaktadır. Sporda Duygusal Zekâ Envanterinin Cronbach Alpha iç tutarlık katsayıları incelendiğinde, alt boyutları için elde edilen iç tutarlık katsayı değerlerinin 0,61 ile 0,85 arasında değiştiği görülmektedir.

*Sporda Güdülenme Ölçeği II:* Pelleiter ve ark. (2013) tarafından geliştirilen ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği Öcal ve Sakallı (2018) tarafından yapılmıştır. “Sporda Güdülenme Ölçeği II”; İçsel Düzenleme (11, 9, 15), Özümseme (10, 14, 17), Özdeşim (4, 13, 6), İç Atım (5, 1, 7), Dışsal Düzenleme (2, 3, 18) ve Güdülenmeme (16, 8, 12) olmak üzere 6 alt boyut ve toplam 18 maddeden oluşmaktadır. Ölçek 5’li likert tipine göre hazırlanmış ve cevaplama sistemi 1’den 7’ye doğru “Hiç Yansıtmıyor”, “Biraz Yansıtıyor”, “Orta Derecede Yansıtıyor”, “Oldukça Yansıtıyor”, “Tamamen Yansıtıyor” şeklindedir. Güdülenme ölçeğinin alt boyutların güvenilirlik katsayıları sırasıyla İçsel Güdülenme, Özümseme, Özdeşim, İç atım, Dışsal Düzenleme, Güdülenmeme ve toplam ölçek için sırasıyla 0,72, 0,61, 0,81, 0,55, 0,73, 0,72 ve 0,76 olarak bulunmuştur.

### 2.4. Verilerin Analizi

Veriler IBM SPSS v21.0 yazılımı kullanılarak, elektronik ortama aktarılmış ve istatistikî analizler yapılmıştır. Demografik özelliklerinin belirlenmesi için frekans analizi yapılmıştır. Ölçek verilerinin normal dağılım özelliği gösterip göstermediğini test etmek için çarpıklık ve basıklık değerlerinin yanı sıra Kolmogorov Smirnov ( $p>0,05$ ), Q-Q grafiği ve Histogram verileri incelenmiştir. Yapılan analizler verilerin normal dağılımda olduğunu gösterdiği için parametrik karşılaştırma testleri uygulanmıştır. Ölçek verilerinin karşılaştırılmasında ikili gruplar için Independent

Samples T Test, üç ve daha fazla gruplar için One Way Anova testi uygulanmıştır. One Way Anova testi sonucunda anlamlı farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post-hoc testlerinden Tukey yapılmıştır. Ayrıca katılımcıların duygusal zekâ düzeyi ve motivasyonları arasındaki ilişkinin saptanması için Pearson Korelasyon analizi uygulanmıştır.

### 3. BULGULAR

Katılımcılardan elde edilen verilere ait analiz ve analiz sonucu yorumları bu bölümde yer almaktadır.

**Tablo 2.** Katılımcıların sporda duygusal zekâ envanteri ve sporda güdülenme ölçeğinden aldıkları puanların cinsiyet değişkenine göre karşılaştırılması

| Ölçekler      | Ölçek Boyutları                        | Kadın |      | Erkek |      | t(300) | p            |
|---------------|--|-------|------|-------|------|--------|--------------|
|               |  | M     | SD   | M     | SD   |        |              |
| Duygusal Zekâ | Başkalarının Duygularını Değerlendirme | 3,80  | ,77  | 3,72  | ,82  | ,925   | ,356         |
|               | Kendi Duygularını Değerlendirme        | 3,87  | ,74  | 3,86  | ,74  | ,166   | ,868         |
|               | Duyguları Düzenleme                    | 3,68  | ,85  | 3,70  | ,79  | -,121  | ,904         |
|               | Sosyal Beceriler                       | 3,84  | ,77  | 3,94  | ,69  | -1,211 | ,227         |
|               | Duyguların Kullanımı                   | 3,80  | ,68  | 3,79  | ,66  | ,103   | ,918         |
|               | Toplam                                 | 3,81  | ,62  | 3,80  | ,62  | ,078   | ,938         |
| Güdülenme     | İçsel Güdülenme                        | 5,43  | 1,27 | 5,62  | 1,56 | -1,141 | ,255         |
|               | Özümseme                               | 5,30  | 1,44 | 5,61  | 1,05 | -2,081 | <b>,038*</b> |
|               | Özdeşim                                | 5,28  | 1,38 | 5,56  | 1,04 | -1,948 | ,052         |
|               | İçe Atım                               | 4,98  | 1,37 | 5,27  | 1,22 | -1,903 | ,058         |
|               | Dışsal Düzenleme                       | 3,47  | 1,70 | 3,97  | 1,75 | -2,515 | <b>,012*</b> |
|               | Güdülenmeme                            | 3,37  | 1,53 | 3,44  | 1,54 | -,350  | ,726         |
|               | Toplam                                 | 4,64  | ,94  | 4,91  | ,80  | -2,670 | <b>,008*</b> |

\* p<.05

Tablo 2. İncelendiğinde araştırmaya katılan sporcuların duygusal zekâ envanterinde cinsiyet değişkenine göre toplam puanında ve alt boyutlarında anlamlı fark tespit edilememiştir (p>0.05). Sporda güdülenme ölçeğinde ise içsel güdülenme (t=-1,144), özdeşim (t=-1,942), içe atım (t=-1,903), güdülenmeme (t=-350) alt boyutlarında cinsiyet değişkenine göre anlamlı fark tespit edilmemiştir (p>0,05). Özümseme (t=-2,081) alt boyutunda kadın sporcular ( $\bar{x}$ =15,91) ile erkek sporcular ( $\bar{x}$ =16,83) arasında erkek sporcular lehine anlamlı fark tespit edilmiştir (p<0.05). Dışsal düzenleme(t=-1,144) alt boyutunda erkek sporcular ( $\bar{x}$ =11,92) ile kadın sporcular ( $\bar{x}$ =10,41) arasında erkek sporcular lehine anlamlı fark tespit edilmiştir (p≤0.05). Güdülenme toplam (t=-2,670) puanlarında erkek sporcular ( $\bar{x}$ =88,44) ile kadın sporcular( $\bar{x}$ =85,58) arasında erkek sporcular lehine üst düzeyde anlamlı fark tespit edilmiştir (p<0.05).

**Tablo 3.** Katılımcıların sporda duygusal zekâ ölçeğinden aldıkları puanların yaş değişkenine göre karşılaştırılması

| Ölçek Boyutları                        | Yaş          | n  | $\bar{x}$ | ss  | F     | p            | Fark  |
|--|--------------|----|-----------|-----|-------|--------------|-------|
| Başkalarının Duygularını Değerlendirme | (1)18-20 yaş | 75 | 3,77      | ,67 | 3,802 | <b>,001*</b> | 2<3,4 |
|  | (2)21-23 yaş | 89 | 3,47      | ,83 |       |              |       |
|  | (3)24-26 yaş | 81 | 3,94      | ,84 |       |              |       |
|  | (4)27-30 yaş | 51 | 3,95      | ,72 |       |              |       |
| Sosyal Beceriler                       | (1)18-20 yaş | 75 | 3,72      | ,71 | 3,413 | <b>,008*</b> | 1,2<4 |
|  | (2)21-23 yaş | 89 | 3,80      | ,74 |       |              |       |
|  | (3)24-26 yaş | 81 | 4,01      | ,75 |       |              |       |
|  | (4)27-30 yaş | 51 | 4,14      | ,62 |       |              |       |
| Duyguların Kullanımı                   | (1)18-20 yaş | 75 | 3,71      | ,55 | 2,642 | <b>,026*</b> | 2<4   |
|  | (2)21-23 yaş | 89 | 3,67      | ,66 |       |              |       |
|  | (3)24-26 yaş | 81 | 3,87      | ,80 |       |              |       |
|  | (4)27-30 yaş | 51 | 4,00      | ,56 |       |              |       |

|        |              |    |      |     |       |              |       |
|--------|--------------|----|------|-----|-------|--------------|-------|
| Toplam | (1)18-20 yaş | 75 | 3,72 | ,54 | 3,523 | <b>,006*</b> | 1,2<3 |
|        | (2)21-23 yaş | 89 | 3,65 | ,62 |       |              |       |
|        | (3)24-26 yaş | 81 | 3,91 | ,70 |       |              |       |
|        | (4)27-30 yaş | 51 | 4,00 | ,52 |       |              |       |

p\*,<.05

Not: Yalnızca anlamlı farklılık gösteren boyutlar tabloda gösterilmiştir.

Tablo 3 incelendiğinde araştırmaya katılan sporcuların yaş değişkenine göre duygusal zekâ envanterinin başkalarının duygularını değerlendirme, sosyal beceriler ve duygusal zekâ toplam puanda üst düzeyde anlamlı farklılık bulunurken (p<0,01) duyguların kullanımı alt boyutunda anlamlı farklılık tespit edilmiştir (p<0,05). Başkalarının duygularını değerlendirme alt boyutunda 24-30 yaş ( $\bar{x}$  =3,95 ve 3,95) aralığının 21-23 yaş ( $\bar{x}$  =3,47) aralığına göre başkalarının duygularını değerlendirebilmeleri daha yetkindir. Sosyal beceriler alt boyutunda 27-30 yaş ( $\bar{x}$  = 4,14) aralığının 18-23 yaş ( $\bar{x}$  =3,72 ve 3,80) aralığına göre sosyal becerilerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Duyguların kullanımı boyutuna bakıldığında 27- 30 yaş ( $\bar{x}$  =4,00) aralığında ki sporcuların 21-23 ( $\bar{x}$  =3,67) yaş aralığındaki sporculara oranla duygu kullanımlarının daha iyi düzeyde olduğu bulunmuştur. Duygusal zekâ toplam puan da ise yaş arttıkça duygusal zekâ düzeyinin arttığı söylenebilir.

**Tablo 4.** Katılımcıların sporda güdülenme ölçeğinden aldıkları puanların yaş değişkenine göre karşılaştırılması

| Ölçek Boyutları | Yaş          | n  | $\bar{x}$ | ss   | F     | p            | Fark |
|-----------------|--------------|----|-----------|------|-------|--------------|------|
| İçer Atım       | (1)18-20 yaş | 75 | 4,24      | 1,02 | 2,654 | <b>,027*</b> | 2<3  |
|                 | (2)21-23 yaş | 89 | 4,80      | 1,34 |       |              |      |
|                 | (3)24-26 yaş | 81 | 5,36      | 1,31 |       |              |      |
|                 | (4)27-30 yaş | 51 | 5,17      | 1,47 |       |              |      |

p\*,<.05

Araştırmaya katılan sporcuların yaş değişkenine göre güdülenme ölçeğinde yalnızca içer atım alt boyutunda anlamlı farklılık (p<0.05) bulunup 24-26 ( $\bar{x}$  =4,36) yaş aralığındaki sporcuların 21-23 yaş ( $\bar{x}$  =4,80) aralığındaki sporculara oranla; 24- 26 yaş grubunun alt yaş grubuna göre kendini iyi hissetmek için spor yaptığı söylenebilir.

**Tablo 5.** Duygusal zekâ ve güdülenme alt boyut puanları ve toplam puanları arasındaki ilişkiler ile ilgili Pearson Korelasyon analizi bulguları

|               | 2  | 3             | 4             | 5             | 6             | 7             | 8             | 9             | 10            | 11            | 12             | 13             |               |
|---------------|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|
| Duygusal Zekâ | 1-Başkalarının Duygularını Değerlendirme | ,679*<br>,000 | ,594*<br>,000 | ,562*<br>,000 | ,657*<br>,000 | ,854*<br>,000 | ,328*<br>,000 | ,381*<br>,000 | ,394*<br>,000 | ,384*<br>,000 | ,097*<br>,048  | -,303*<br>,000 | ,309*<br>,000 |
|               | 2-Kendi Duygularını Değerlendirme        |               | ,537*<br>,000 | ,551*<br>,000 | ,633*<br>,000 | ,807*<br>,000 | ,236*<br>,000 | ,264*<br>,000 | ,246*<br>,000 | ,235*<br>,000 | ,070<br>,112   | -,289*<br>,000 | ,181*<br>,000 |
|               | 3-Duyguları Düzenleme                    |               |               | ,570*<br>,000 | ,674*<br>,000 | ,777*<br>,000 | ,247*<br>,000 | ,445*<br>,000 | ,362*<br>,000 | ,360*<br>,000 | ,237*<br>,000  | -,223*<br>,000 | ,359*<br>,000 |
|               | 4-Sosyal Beceriler                       |               |               |               | ,681*<br>,000 | ,795*<br>,000 | ,334*<br>,000 | ,470*<br>,000 | ,427*<br>,000 | ,302*<br>,000 | ,111*<br>,000  | -,242*<br>,000 | ,342*<br>,000 |
|               | 5-Duyguların Kullanımı                   |               |               |               |               | ,906*<br>,000 | ,277*<br>,000 | ,404*<br>,000 | ,338*<br>,000 | ,308*<br>,000 | ,162*<br>,000  | -,339*<br>,000 | ,281*<br>,000 |
|               | 6-Toplam                                 |               |               |               |               |               | ,342*<br>,000 | ,464*<br>,000 | ,420*<br>,000 | ,379*<br>,000 | ,156*<br>,000  | -,346*<br>,000 | ,345*<br>,000 |
| Güdülenme     | 7-İçsel Güdülenme                        |               |               |               |               |               | ,566*<br>,000 | ,597*<br>,000 | ,548*<br>,000 | ,164*<br>,000 | -,219*<br>,000 | ,669*<br>,000  |               |
|               | 8-Özümleme                               |               |               |               |               |               |               | ,782*<br>,000 | ,669*<br>,000 | ,301*<br>,000 | -,288*<br>,000 | ,753*<br>,000  |               |
|               | 9-Özdeşim                                |               |               |               |               |               |               |               | ,715*<br>,000 | ,247*<br>,000 | -,250*<br>,000 | ,765*<br>,000  |               |
|               | 10-İçer Atım                             |               |               |               |               |               |               |               |               | ,420*<br>,000 | -,151*<br>,004 | ,813*<br>,000  |               |
|               | 11-Dışsal Düzenleme                      |               |               |               |               |               |               |               |               |               | ,227*<br>,000  | ,672*<br>,000  |               |
|               | 12-Güdülenmeme                           |               |               |               |               |               |               |               |               |               |                | ,142*<br>,007  |               |
|               | 13-Toplam                                |               |               |               |               |               |               |               |               |               |                |                | 1             |

p\*,<.05

Tablo 3.5.12 incelendiğinde duygusal zekâ ile motivasyon alt boyut puanları ve toplam puanlar arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir. Buna göre bireylerin duygusal zekâlarının artması durumunda motivasyonlarının da artacağı söylenebilir.

#### 4. TARTIŞMA

Sporda duygusal zekâ ile motivasyon arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla, Tekirdağ ilinde ki aktif lisanslı sporcuların katıldığı bu çalışmada; cinsiyet değişkenine göre duygusal zekâ da anlamlı bir farklılık bulunmazken spora

güdülenme ölçeği özümseme, dışsal düzenleme alt boyutlarında ve toplam puanda erkeğin lehine anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. Bu sonuç, erkeklerin kızlara oranla erkeklerin spor yapmada ki amacı sporun özünde kim olduğunu yansıtmaması ve diğer bir amacı da çevresindeki insanların spor yaptığı için ödüllendirmesi üzerine spor yaptığı ortaya çıkmıştır.

Literatür incelendiğinde Salman ve ark., (2018), Soylu (2016), Sarıkabak ve ark. (2018), Bahadır ve Adiloğulları (2020), yapmış oldukları araştırmalarda da cinsiyet değişkeni ile duygusal zekâ arasında aynı yönde sonuçlar elde edilmiştir. Özdoğan (2017), yaptığı araştırmada cinsiyet değişkeninin duygusal zekâ alt boyutlarından olan kendi duygularını değerlendirme boyutunda kadınların lehine anlamlı farklılık tespit edilirken; bu çalışmada başkalarının duygularını anlamada anlamlı farklılık çıkmasa da kadınlar erkeklere göre daha yüksek puan almıştır. Bununla birlikte Özdenk ve ark. (2020) ile Yıldız ve ark. (2013) yaptıkları araştırmada kadınların duygusal zekâ düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Goleman'a göre duygusal zekâ incelendiğinde cinsiyete benzer geniş çağlı gruplarda, gruplar arasında benzerliklerin farklılardan daha fazla olacağını ileri sürmüştür. Bu sebeple literatürde cinsiyet değişkeni ve duygusal zekâ arasında anlamlı farklılıklara pek rastlanmamıştır.

Aktaş ve ark. (2006), yaptığı araştırma da erkeklerin daha yüksek düzeyde güç gösterme güdüsüne sahip olduğunu ortaya koyarak bu araştırma ile benzer sonuçlar elde edilmiştir. Yıldırım (2017), yaptığı araştırmasında erkeklerin kadınlara göre spora güdülenme düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yine Esentürk (2014)'ün yapmış olduğu çalışmadan erkek sporcuların bayan sporculara göre daha yüksek düzeyde dışsal güdülenme puanına sahip olduğunu bulmuştur. Kadınlar aleyhinde bir farklılığın olması, cinslere verilen farklı rollerden kaynaklanmış olabilir. Toplumun geleneksel cinsiyet rolünde erkeklerin daha atılgan rol oynaması beklenmektedir. Akman ve Can (2019) yaptığı araştırmada cinsiyet değişkeni ile güdülenme arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu araştırma da anlamlı farklılığın oluşmasının nedeni; erkeklerin dış faktörlere bağlı kalıp dışarıdaki etkenler sayesinde sporu yaptığı, karşı cinsi etkilemek, özgüvenini geliştirip dışarı iyi bir fiziki yapı görüntüsü vermeye çalışması olarak söylenebilir.

Katılımcıların yaş değişkeni incelendiğinde; duygusal zekâ ölçeğinin de başkalarının duygularını değerlendirme, sosyal beceriler, duyguların kullanımı alt boyutlarında ve duygusal zekâ toplam puan da anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bununla birlikte güdülenme ölçeğinde ise içe atım alt boyutunda anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Yaş arttıkça duygusal zekâ düzeyi yüksek, başkalarının duygularını değerlendirme, sosyal beceri ve duyguların kullanma becerileri daha yetkin olduğu söylenebilir. Güdülenme ölçeğinde ise yine katılımcıların yaşı arttıkça sporu kendini daha iyi hissetmek için yaptığı tespit edilmiştir. Çelik ve ark., (2021) yaptıkları araştırmada yaş değişkenine göre sporda duygusal zekâ envanterinin duyguların kullanımı ve duyguları düzenleme alt boyutlarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Yaş arttıkça duyguları kullanma ve düzenleme alt boyutlarında duygusal zekâ düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuçta bu araştırma ile benzer sonuç göstererek desteklemektedir. Serdengeçti (2003), Adiloğulları (2011), yaptığı araştırma da yaşın arttıkça duygusal zekâ seviyesinin de arttığı sonuçlarına ulaşarak bu araştırma ile paralel sonuçlar elde etmiştir.

Bu çalışmanın bulgularının aksine Özdenk (2018) ve Yanar (2017), spor eğitimi alan üniversite öğrencileri üzerinde yapmış olduğu çalışmasında duygusal zekâ ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olmadığını saptamıştır. Şanlı (2014), yaptığı çalışma da yaşın artması ile birlikte güdülenmenin daha yüksek düzeyde olduğu sonucuna vararak bu araştırma bulgusu ile benzer sonuç göstermiştir. Yani yaş arttıkça katılımcılar, kendi kişisel gelişimine katkı sağladığı için spor yapmaktadır. Bu araştırma da ise içe atım alt boyutunda anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Yani katılımcıların yaşı arttıkça kendini daha iyi hissetmek için spor yaptıkları söylenebilir.

Araştırma sonucunda; duygusal zekâ ile motivasyon arasındaki ilişkiye bakıldığında anlamlı farklılık tespit edildiği ve bu farkın duygusal zekâ ile motivasyon arasındaki ilişkinin pozitif yönde olduğu tespit edilmiştir. Yani duygusal zekâ arttığında sporda güdülenme düzeyi de artmaktadır. Literatür incelendiğinde, duygusal zekâ ve motivasyon arasındaki ilişki çalışmalarına pek rastlanmamaktadır. Turhan ve Çetinsöz (2019), araştırmasında sporcular üzerine bir çalışma olmasa da duygusal zekâ ile motivasyon arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koyarak bu çalışma ile aynı sonucu elde ettiği söylenebilir.

Kolayış ve ark. (2015) yaptıkları çalışmalarda direkt olarak duygusal zekâ ve motivasyon arasında ki ilişkiye bakmasalar da duygusal zekanın psikolojik beceri ve bilişsel imgeleme ile arasında ilişki olduğunu ortaya koyarak aslında duygusal zekanın bilişsel olarak bir ilişkisi olduğu söylenebilir. Sonuçta güdülenme de psikolojik bir durum olarak kabul edildiğinde bu araştırma ile benzer sonuçlar ortaya koyulmuştur.

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Spor psikolojisinin önemli konularından olan duygusal zekâ ve motivasyon alanyazında henüz yeterince yer bulunmamış ve çalışmaya değer konulardır. Bu sebeple bu konuların çalışılması alanyazına önemli ölçüde katkı

sağlayacaktır. Bununla birlikte duygusal zekâ ve motivasyon kavramlarına tek tek bakıldığında dahi yeterli çalışmalarda çeşitli değişkenlere rastlanmamıştır. Genellikle aynı değişkenler üzerinden çalışmalar yapıp alanda farklılık yaratılmamıştır. Bu sebeple bundan sonraki duygusal zekâ ve motivasyon çalışmalarında bu faktörleri etkileyeceğini düşündüğünüz farklı değişkenler üzerinde durulabilir.

Duygusal zekâ ve motivasyon, sadece sporcular için değil antrenörler içinde önemli olduğu bulgular arasında yer almaktadır. Gerek amatör gerek profesyonel sporcular müsabaka öncesi ve müsabaka sırasında birçok psikolojik duruma maruz kalmaktadır. Eğer sporcu bunların üstesinden gelemez ise başarısız olmaktadır. Sporcu, başarılı olmak için bu durumların üstesinden ancak duygularını kontrol etmekle gelebilir. Yani sporcunun duygusal zekâ düzeyi ve motivasyonu yüksek ise başarılı olmaktadır. Bu durumda antrenörlerin sporcunun bedensel gelişimin yanında psikolojik gelişimini sağlamada da yardımcı olmaları gerekmektedir.

## 5. ETİK BEYANI

Çalışma öncesinde Tekirdağ Gençli ve Spor Bakanlığı'ndan gerekli resmi izinler alınmıştır (Sayı: E-70400699-000-2100355743, Tarih: 23.09.2021).

## 6. YAZAR KATKILARI

Araştırmanın uygulanması, veri toplanması, literatür araştırması ve yazım aşamasında, araştırmanın tasarım, düzenleme ve yazım aşamasında İG ve SEE görev almıştır.

## 7. KAYNAKLAR

- Adiloğulları, İ. (2011). *Profesyonel futbolcularda duygusal zekâ ile örgütsel bağlılık ilişkisi* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Akman, K., & Can, H. C. (2019). Oryantiring sporu yapan lise öğrencilerinin sporda güdülenme düzeylerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 6(3), 12-21. <https://dergipark.org.tr/en/pub/inubesyo/issue/49413/631125>
- Aktaş, Z., Çobanoğlu, G., Yazıcılar, İ., & Nihal, E. (2006). Profesyonel basketbolcularda spora özgü başarı motivasyon düzeyinin cinsiyetler açısından karşılaştırılması. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 4(2), 55-59. [https://doi.org/10.1501/Sporm\\_0000000058](https://doi.org/10.1501/Sporm_0000000058)
- Bahadır, G., & Adiloğulları, İ. (2020). Spor yapan üniversite öğrencilerinde zihinsel dayanıklılık ile duygusal zekâ arasındaki ilişkinin incelenmesi. *International Journal of Sport Exercise and Training Sciences-IJSETS*, 6(4), 117-128. <https://doi.org/10.18826/useeabd.793760>
- Çelik, D. Ö., Yılmaz, O., Şahin, İ., & Besler, M. (2021). Elit seviyedeki bireysel kadın sporcuların duygusal zekâ düzeylerinin incelenmesi. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(1), 110-122. <https://doi.org/10.31680/gaunjss.881611>
- Eraslan, M. (2016). Gençlerde duygusal zekâ ve empatik eğilim düzeylerinin yaş, cinsiyet ve spor yapma değişkenlerine göre incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24, 1839-1852. <https://dergipark.org.tr/en/pub/kefdergi/issue/27734/327568>
- Erbektaş, E., Üzüm, H., Özen, G., Arslan, T., Ertan, G., Elveren, A. (2017). Amatör ve profesyonel sporcuların duygusal zekâlarının bazı değişkenlere göre incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 263-274. <https://doi.org/10.11616/basbed.vi.459389>
- Esentürk, O. K. (2014). *Lise düzeyinde öğrenim gören ve okullararası spor müsabakalarına katılan sporcu öğrencilerin güdülenme ve saldırganlık düzeylerinin incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Karabulut, A. (2012). *Duygusal zeka: Baron ölçeği uyarlaması* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Karasar, N. (2015). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (28. basım). Nobel Akademik Yayıncılık. <https://www.nobelyayin.com/bilimsel-arastirma-yontemi-kavramlar-ilkeler-teknikler-1755.html>
- Kırtıl, S. (2009). *İlköğretim ikinci kademe öğrencilerinin duygusal zeka düzeyleri ile yaşam doyumu düzeylerinin incelenmesi* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Kolayış, H., Sarı, I., & Köle, Ö. (2015). Takım sporlarıyla uğraşan kadın sporcuların imgeleme, güdülenme ve kaygı puanları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 13(2), 129-136. [https://doi.org/10.1501/Sporm\\_0000000277](https://doi.org/10.1501/Sporm_0000000277)
- Öcal, K. & Sakallı, D. (2018). Turkish adaptation of the sport motivation scale II (SMS-II): Procedures of validity and reliability. *International Journal of Sport Exercise and Training Sciences - IJSETS*, 4(1),39-48. <https://doi.org/10.18826/useeabd.327789>
- Özdenk, Ç., Akyıldız, Y., & Şanlı, S. (2020). Bireysel ve takım sporcularının duygusal zekâ düzeylerinin incelenmesi. *Spor ve Rekreasyon Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 1-8. <https://dergipark.org.tr/en/pub/srad/issue/53051/702539>
- Özdenk, S. (2018). Spor eğitimi alan üniversite öğrencilerinin duygusal zeka düzeylerinin incelenmesi. *Turkish Studies Social Sciences*, 13(18). <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.13688>



- Özdoğan, R. (2017). *Sporcularda duygusal zeka düzeylerinin iletişim beceri düzeyleri üzerine etkisi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Akdeniz Üniversitesi.
- Pelletier, L. G., Rocchi, M. A., Vallerand, R. J., Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2013). Validation of the revised sport motivation scale (SMS-II). *Psychology of sport and exercise*, 14(3), 329-341. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2012.12.002>
- Salman, M. (2001). *Sporda duygusal zekânın kullanımı ve iş performansına yansımaları*. [http://www.sbt.hacettepe.edu.tr/abk2011/documents/Salman\\_Celiksoy\\_Duygusal\\_Zeka.pdf](http://www.sbt.hacettepe.edu.tr/abk2011/documents/Salman_Celiksoy_Duygusal_Zeka.pdf)
- Sarıkabak, M., Eyüboğlu, E., & Ayrancı, M. (2018). Bocce (Petank) sporcularının duygusal zekâ düzeylerinin, akademik erteleme davranışları üzerine etkisinin incelenmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (Uksad)*, 4(1), 163-177. <https://dergipark.org.tr/en/pub/intjcss/issue/38906/454657>
- Schutte, N. S., Malouff, J. M., Hall, L. E., Haggerty, D. J., Cooper, J. T., Golden, C. J., & Dornheim, L. (1998). Development and validation of a measure of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences*, 25, 167-177. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(98\)00001-4](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(98)00001-4)
- Serdengeçti, C. (2003). *I. II. III. ligdeki profesyonel futbolcuların duygusal zekâ düzeylerinin başarıya etkisi* [Yüksek Lisans Tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Soylu, Y. (2016). *16-21 yaş arası elit düzeydeki takımların genç sporcularının duygusal zekâ düzeylerinin incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Kırıkkale Üniversitesi.
- Şanlı, S. (2014). Polis akademisi öğrencilerinin genel öz yeterlik inançları ve sporda güdülenme kaynaklarının incelenmesi. *Spor Bilimleri Dergisi*, 25(4), 172-183. <https://dergipark.org.tr/en/pub/sbd/issue/16455/171671>
- Taşkın, A. (2008). Beden eğitimi öğrencilerinde duygusal zekâ düzeylerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Turhan, M., & Çetinsöz, B. C. (2019). Duygusal zekâ ve motivasyon arasındaki ilişki: turizm programı öğrencileri üzerine bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(69), 268-287. <https://doi.org/10.17755/esosder.438269>
- Yanar, N. (2017). *Tenis, squash ve badminton sporcularında duygusal zekâ düzeylerinin incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Uludağ Üniversitesi.
- Yıldırım, P. (2017). *Ortaokul öğrencilerinin yaptıkları spor branşlarına göre spora güdülenme düzeylerinin karşılaştırılması* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Balıkesir Üniversitesi.
- Yıldız, A. B., Bülbül, D., & Doğu, G. A. (2021). Ragbi sporcularında duygusal zekâ ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 4(3), 380-390. <https://doi.org/10.38021/asbid.1032825>