

SPORDA SÖYLENTİ VE ETKİLERİ ÖLÇEĞİ GELİŞTİRME ÇALIŞMASI

Hanifi ÜZÜM¹

Ünal KARLI¹

Yılmaz ÜNLÜ²

Adem SOLAKUMUR²

ÖZ

Söylenti genel olarak inanılması amacıyla kişiden kişiye aktarılan resmi olmayan ve kaynağı bilinmeyen bir iletişim tarzıdır. Kişiler arası etkileşim ve iletişimin bir sonucu olarak ortaya çıkan söylenti, ne kadar doğru bilgi barındırmak istese de yanlıştan, eksiklikten ve abartıdan çoğu zaman kurtulamaz. Bu çalışma, sporda söylentinin sporcuların sosyal, iletişim, performans/motivasyon, reklam/tanıtım ve algısal etkilenim durumlarını ölçmeye yönelik geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı geliştirmek amacı ile yapılmıştır. Araştırmacılar tarafından geliştirilen ölçek "Sporda Söylenti ve Etki Ölçeği (SSEÖ)" olarak adlandırılmıştır. Ölçeğe açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Bu analizler sonucunda ölçeğin 28 madde ve 5 alt boyuttan oluştuğu gözlemlenmiştir. Ölçeğin alt boyutları "Etkilenim, $\alpha=0.90$ ", "İletişim, $\alpha=0.80$ ", "Motivasyon, $\alpha=0.71$ ", "Ekonomik $\alpha=0.63$ " ve "Algı, $\alpha=0.53$ " olarak adlandırılmıştır. Bu beş boyut toplam varyansın %49.10'unu açıklamaktadır. Sonuç olarak sporda söylenti ve etki ölçeği; sporcuların algıladıkları söylentilerin etkilenim, iletişim, motivasyon, reklam ve sosyal algı alt boyutları çerçevesinde ölçmeye yönelik geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olarak kabul edilmiştir.

Geliş Tarihi: 26.06.2019

Kabul Tarihi: 05.08.2019

Anahtar Kelimeler: Spor, Söylenti, Etki.

RUMOR EFFECTS IN SPORTS SCALE DEVELOPMENT STUDY

ABSTRACT

The rumor is generally an informal and unknown source of communication, which is transmitted from person to person in order to be believed. The rumor, which is the result of interpersonal interaction and communication, cannot escape the wrong, deficiency and exaggeration often, even though it wants to have the right information. The aim of this study was to develop a valid and reliable measurement tool to measure the social, communication, motivational, economic and perceptual influences of athletes. The scale developed by the researchers was called "Rumors Impact Scale Development Study in Sport (SSEÖ). Explanatory and confirmatory factor analyzes were made to the scale. As a result of these analyzes, it was observed that the scale consisted of 28 items and 5 sub-dimensions. The sub-dimensions of the scale was named as "Affected $\alpha = 0.90$ ", "Communication, $\alpha = 0.80$ ", "Motivastion, $\alpha = 0.71$ ", "finance, $\alpha = 0.63$ " and "Perception, $\alpha = 0.53$ ". As a result, the rumor effect scale in sport; It has been accepted as a valid and reliable measurement tool for sub-dimensions of affected, communication, motivation, finance and perception.

Keywords: Sports, Rumor, Impact.

¹ Abant İzzet Baysal Üniversitesi BESYO

² Bartın Üniversitesi BESYO

GİRİŞ ve AMAÇ

Söylentiler sosyal hayatta herkesin bir şekilde karşı karşıya kaldığı bir gerçekliktir. Sporda, siyasette, sağlıkta, sosyal medyada, edebiyatta, sosyal ve bireysel yaşamın her alanında belli belirsiz söylenti ve dedikodu ile karşılaşmaktayız. Özellikle sosyal medya söylentileri çok kısa sürede büyük kitlelere yaymaktadır. Medya söylentilerinin en çok spor camiasında kendini gösterdiğini söylemek mümkündür. Bu durumu formel iletişim kanallarının açık olmamasının, informal iletişim kanallarını etkinleştirilmesiyle açıklayabiliriz. Söylenti inanılması amacıyla kişiden kişiye aktarılan resmi olmayan ve kaynağı bilinmeyen bir iletişim tarzıdır. Kişiler arası etkileşim ve iletişimin bir sonucu olarak ortaya çıkan söylenti, ne kadar doğru bilgi barındırmak istese de yanlış, eksiklikten ve abartıdan çoğu zaman kurtulamaz. Bu durumu toplum içerisindeki bireylerin algılarının yaşantılarının, amaç ve beklentilerinin farklı olmasına bağlayabiliriz. Solmaz, (2004)'a göre söylenti; yeni durumlarla karşılaşan ve baş edemeyen, yeni sorunları çözmeye gücü olmayan insanların savunma mekanizmalarıdır. Söylenti kişiden kişiye kulaktan kulağa yayıldığı için genel olarak ilk çıktığı nokta olan söylentinin kaynağı bilinmez, tespit etmekte çok zordur. Ayrıca mesajın kişiden kişiye aktarımı sırasında mesaj, bozulmalara uğrar ve söylentinin ilk çıktığı andaki mesaj bazı değişiklikler geçirir. Ancak insanların topluluk ruhunu koruyabilmesi için de hem geçerli hem de ortak bir çözüme sahip olmaları gerekir. Söylentinin yarattığı manipülasyon ise bu çözümü hazırlar. Söylentiler haber işlevi görür fakat kitlesel medya ya da resmi otoritenin himayesinin dışında yayılmasıyla ayırt edilirler⁵. Söylenti ve dedikodu birbiriyle aynı kavramlar olduğu düşünülse de birbirinden ayrılan birçok yönü bulunmaktadır. Öncelikle söylenti ve dedikodunun ortak yönleri: 1-İkisinde ikinci veya üçüncü kişilerden bilgi edinmesi. 2-Her ikisinin de kaynağının belli olmaması, 3-İkisinin de insanları şüpheden kurtarmak için geliştirilmeleridir¹¹. Farklı olan yönlerinden

bahsedecek olursak: 1- Dedikodu çok sığ bir alanı etkilerken, söylenti bir toplumu, bir ülkeyi hatta ülkeleri etkileyerek büyük bir alana yayılarak insanları etkisi altına alabilir. 2- Dedikodu genel olarak iki kişinin birbirleriyle, ortamda bulunmayan üçüncü bir kişi hakkında konuşmasıdır ve daha çok kişisel konulardan meydana gelir. Ancak söylenti toplumsal olayları da konu alır. 3- Kapsama alanı daha genişir ve söylentiler yayılırken birtakım değişikliklere uğrar. 4- Genellikle dedikoduyu yapanların kim olduğu ortaya çıkabilmekte ama söylentinin kaynağını, kimin çıkardığını bulmak söz konusu değildir. 5- Söylentiler genelde bilgi eksikliği ve belirsizliğin olduğu endişe ve kaygı verici durumlarda meydana gelirken, dedikodular keyfi sohbetlerden de, kişinin karakteristik özelliklerinden de meydana gelebilir². Difonzo vd. (1994) güvenilir olmayan veya yetersiz bilgi durumunda insanların inançlarından yola çıkarak dedikodu ve söylenti oluşturduklarından bahsetmektedir. Yazarlara göre tüm söylentiler üç aşamada oluşmaktadır: 1- Ortaya çıkma aşaması: Belirsizlik ve endişe durumunda söylentiye yatkınlık oluşmaktadır. Belirsizlik ortamında insanlar kendilerini rahatsız ve gergin hissetmekte, bu durumdan kurtulmaya çalışmaktadırlar. Dedikodu ve söylenti de bu gerginliği azaltmak amacıyla oluşturulan alternatif bir çözüm yoludur. 2- Değerlendirme: Solmaz'a (2004) göre insanlar söylentinin yalan olduğunu düşündüklerinde onu iletmeye daha fazla eğilim göstermektedirler. Doğrulukta kriter, geleneksel bakış açısıdır. Bu bakış açısına uygun olan söylentiler doğru kabul edilmektedir. 3- Yayılma: Belirsizlik ortamında oluşan ve özellikle endişe yaratan söylentiler çok hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Yayılma esnasında söylenti bazı değişikliklere uğrar. Solmaz (2004) bu değişiklikleri şöyle belirlemiştir: Söylenti yayıldıkça kısaltmakta ve detaylardan daha az bahsedilmektedir. Sınırlı sayıdaki detay giderek daha çok vurgulanmaktadır. Söylenti, aktaran kişinin görüş ve inançlarına uygun olarak yeniden şekillendirilmektedir. Söylenti birçok alanda olduğu gibi spor alanında da kendini göstermektedir. Özellikle

söylentileri transferler, sporcu özel yaşantıları, antrenörler, hakemler, rakip takım ve sporcular hakkındaki söylentiler şeklinde sıralayabiliriz. Sporcu, antrenör, hakem ve kulüp vb. hakkında yapılan olumlu ya da olumsuz söylentiler başarı, performans, motivasyon, tutum ve algı gibi boyutlarda etkisini doğrudan veya dolaylı olarak göstermektedir. Örneğin; özellikle forma şansı bulamayan futbolcuların transfer dönemlerinde birçok medya kuruluşları tarafından farklı takımlar ile görüştüğü dile getirilmektedir. Herhangi bir kaynağa dayanmayan, ilk çıkışı ve yayılma süreci belirsiz olan bu tür söylentiler sporcu-kulüp, sporcu seyirci ve kulüp-seyirci arasında olumlu ya da olumsuz etkilere sahip olmaktadır. Bu durumun sonucu olarak söylentinin mağduru olan kişinin söylenti ile mücadele etme ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Söylenti ile mücadele ile ilgili Kapferer (1992) ortada bir söylenti varsa şu önerilere dikkat edilmesini tavsiye etmektedir: 1-Bir söylenti dolaştıktan sonra onu analiz edin. Muhtemel kaynak nedir? Niçin başladı? Mümkün olan etkisi nedir? Uzaklaşacak mı? Mantar gibi hızla yayılacak mı? Nerede merkezlenmiş? Ulusal mı? Ya da bir şehir, bölge ya da kişi ile sınırlanmış mı? 2- Hiçbir şey yapmayın. Bazen bir

YÖNTEM

Araştırma amacı doğrultusunda genel tarama modellerinden biri olan yaklaşımı ile dizayn edilmiştir.

Açıklayıcı Faktör Analizi Çalışma Grubu

Açıklayıcı faktör analizi için toplanan verilerin örneklem grubu, aktif sporculuk hayatına bireysel veya takım sporlarında Amatör ve Profesyonel olarak devam eden 160 erkek ve 51 kadın olmak üzere toplam 211 sporcudan oluşmuştur.

Doğrulayıcı Faktör Analizi Çalışma Grubu

Doğrulayıcı faktör analizi örneklem grubu, spor hayatına bireysel ve takım

yalanlama sessiz kalmaktan daha çok dikkat çeker, bu şekilde bazı söylentiler uzaklaşır. 3- Söylentiye herkesin önünde ve şiddetli bir şekilde yalanlayın. Gerçekte hiçbir temeli olmadığını ispat edin. Bir kez asılsız olduğu gösterildiğinde, söylentiye aktaran kişi de "Bu tamamen asılsız. Biliyorum, çünkü..." diyerek söylentiye reddedebilir. 4- İnanırcı olmak için, dışarıdan söylentinin itibarını düşürmeye yönelik konu ile ilgili bir uzman bulun. 5- Yüksek tirajlı yayınlarda basılı reklâmlar verin. Eğer mesajınız inandırıcı ise bu çok sayıda insana ulaşmak için güçlü bir araçtır. Mesajınız inandırıcı değil ise basılı reklâm söylentinin değerini artırır. Söylentinin birçok sebebinin olmasına rağmen, sonuçlarına bakıldığında daha çok üzüntü, öfke ve kızgınlık gibi olumsuz psikolojik durumlara yol açtığı bilinmektedir.

Bu bilgiler ışığında yapılan bu çalışmada söylentinin sporcu ve sporcu çevresi üzerindeki olumlu ve olumsuz etkisini belirlemeye yönelik likert türü bir ölçme aracı geliştirilerek muhtemel durumlarında ortaya çıkan söylentinin etkileri saptanmaya çalışılmıştır.

sporlarında Amatör ve Profesyonel olarak spor yapan 96'sı kadın ve 293'ü erkek olmak üzere toplam 389 sporcudan oluşmuştur. Veriler yüz yüze görüşme yöntemi ile toplanmıştır.

Ölçek Madde Puanlarının Oluşturulması ve Yapı Geçerliliği

"Sporda söylenti ve etki ölçeği" madde havuzunu oluşturmak için öncelikli olarak söylenti ve sporda söylentiye yönelik literatürde yayınlanan çalışmalar ayrıntılı olarak incelenmiştir. Bu bilgilerden yola çıkılarak soru havuzu 64 maddeden oluşmuş ve bu soruların 5 alt boyutta toplanabileceği öngörülmüştür. 5 kategori üzerinden değerlendirilen maddelerin sayısal olarak karşılığı; "Hiçbir zaman=1.....Her zaman=5" olacak şekilde puanlanmıştır.

Ölçek maddelerinin “Yapı” geçerliliğinin sağlanması amacı ile. Literatür taraması sonucu oluşturulan maddeler Beden Eğitimi ve Spor Yönetimi alanlarında akademisyen olan ve aynı zaman da elit olarak bir branşta spor yapmış veya halen yapmakta olan; 2 doçent, 4 Öğretim görevlisi ve 3 araştırma görevlisi tarafından;

- 1- Ölçeklerin hangi derecede sporcuların söylenti algı puanını ölçtüğü,
- 2- Ölçeklerin hedeflenen kitleye uygun olup olmadığı,
- 3- Ölçekteki maddelerin yapısal doğruluğu, incelenerek görüşleri alınmıştır.

Uzman görüşleri doğrultusunda yeniden düzenlenen ölçek, her bir maddedeki ifadelerin, anlaşılıp anlaşılmadığının test edilmesi amacıyla Beden Eğitimi Ve Spor alanındaki akademisyenlere tekrar sunularak her bir maddenin anlaşılır olmasına çalışılmıştır. Bu aşamalardan sonra oluşan ölçek maddeleri, Türk dili açısından değerlendirilmek üzere, iki Türk dili uzmanı tarafından incelenmiş ve gerekli düzeltmeler yapılarak ölçekler faktör analizi için hazır hale getirilmiştir.

BULGULAR

Açıklayıcı faktör analizi için 211 katılımcıdan toplanan verilere yapılan faktör analizinde izlenen süreçte öncelikle ölçeğin geçerliği ve faktör analizine uygunluğu için ön testlere bakılmıştır.

Tablo 1’de ölçeğe ait KMO ve Bartlett testi sonuçları görülmektedir.

Tablo 1. Söylenti Etki Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Tablosu

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlilik Ölçümü</i>	<i>0,86</i>
Yaklaşık Ki-kare	1858,373
Bartlett Küresellik Testi	
Serbestlik derecesi	378
Anlamlılık	0,000

Tablo 1 incelendiğinde ölçeğin KMO örneklem yeterlilik ölçümü değerinin 0,86 düzeyinde olduğu ve Bartlett Küresellik Testi’nin anlamlılık değerinin $P < 0.01$ olduğu tespit edilmiştir.

Verilerin analizi

Verilerin geçerlik analizinde Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ve Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) kullanılmıştır. Açıklayıcı Faktör Analizinde varimax eksen döndürme testi ile birlikte temel bileşenler analizi yöntemi uygulanmıştır. AFA’nın uygulanabilirliğinin ölçümü için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçümüne ve Bartlett Küresellik testine bakılmıştır. Anlamlı bileşim maddelerinin saptanması ve kaç sayıda faktör seçileceğine karar vermek için ise öz değer (Eigen value) ve Scree Plot testleri yapılmıştır.

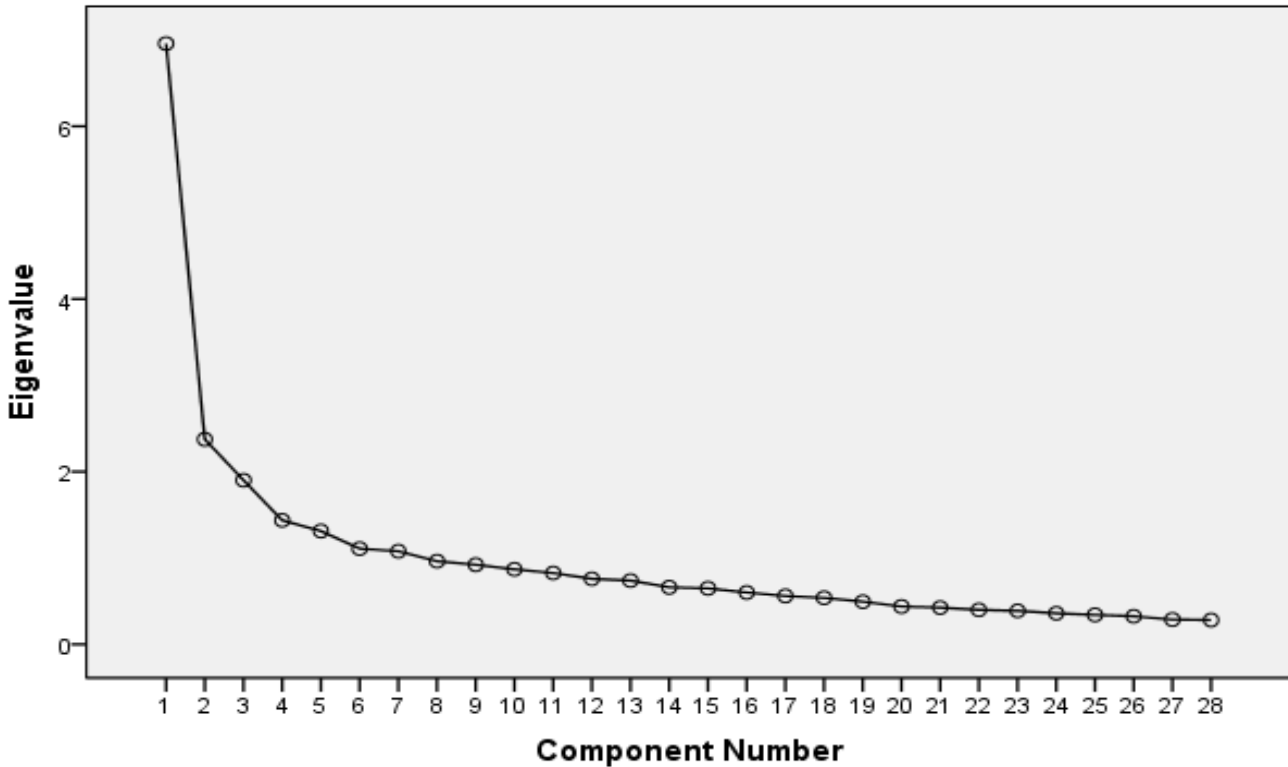
Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) için ise uyum iyiliğine ve standart yüklere, R^2 değerlerine ve t değeri testlerine bakılmıştır. Güvenilirlik analizleri için ise, ölçeğin iç tutarlılığını test etmek amacıyla Cronbach’s-Alpha iç tutarlılık testi yapılmıştır. Son olarak ölçekten elde edilen alt boyutların birbiri ile olan ilişkisini belirleyebilmek amacıyla Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır.

Tablo 2. Öz Değerler ve Açıklanan Toplam Varyans Temel Yapı Analizi

Bileşen	Açıklanan Toplam Varyans Başlangıç Öz değerleri		
	Toplam	Varyans %	Toplam Varyans %
1	5,43	19,41	19,41
2	2,99	10,68	30,10
3	1,95	6,97	37,08
4	1,87	6,69	43,77
5	1,49	5,33	49,10

Tablo 2 incelendiğinde, analize alınan maddelerin 28'inin öz değerinin 1'den büyük beş faktör altında toplandığı görülmektedir. Elde edilen bu beş faktör, toplam varyansın yaklaşık % 49,10'unu açıklamaktadır.

Öz değerlere göre maddelerin kaç boyutta toplanabileceğini gösteren Scree Plot analiz sonuçları grafik 1'de sunulmuştur. Grafik 1 incelendiğinde, yüksek ivmeli hızlı düşüşlerin yaşandığı dikey eksendeki optimal faktör sayısının beş olduğu ve beşten sonraki faktörlerin getirdikleri ek varyansların katkılarının birbirine yakın olduğu görülmektedir.

Grafik 1. Ölçeğin Faktör Analizi Çizgi Grafiği**Scree Plot**

Tablo 3. Sporda Söylenti Etki Ölçeği Döndürülmüş Faktör Yükleri

Ölçek soru	1	2	3	4	5
S31	,719				
S52	,711				
S51	,688				
S32	,667				
S42	,664				
S36	,661				
S40	,635				
S30	,614				
S47	,574				
S46	,559				
S24	,545				
S49	,544				
S34	,531				
S27		,766			
S12		,711			
S13		,646			
S62		,626			
S33		,544			
S53		,508			
S59			,806		
S48			,755		
S37			,501		
S35				,702	
S64				,670	
S19					,404
S1					,796
S3					,494
S28					,384

Metod: Temel yapı analizi. Döndürme metodu: Varimax normalleştirilmesi

Tablo 3 incelendiğinde, birinci alt boyutun (31.,52.,51.,32.,42.,36.,40.,30.,47.,46.,24.,49., ve 34.) maddelerden, ikinci alt boyutun (27.,12.,53.,62.,13.,ve 33.) maddelerden, üçüncü alt boyutun (59.,48.,ve 37.) maddelerden, dördüncü alt boyutun (35., ve 64.,) maddelerden, beşinci alt boyutun (19.,1.,3., ve 28.) maddelerden oluştuğu görülmektedir.

Soru numarası 1'den 64'ye kadar olan madde numaraları Doğrulayıcı faktör analizi için küçükten büyüğe doğru 1'den 28'e kadar

yeniden numaralanarak, hangi numaralı maddelerin hangi alt boyutta yer alacağı yeniden düzenlenmiştir. Bu düzenleme sonucunda birinci faktör (6., 9., 10., 11., 13., 15., 17., 18., 19., 20., 22., 23., ve 24.) madde, ikinci faktör (3., 4., 7., 12., 25., ve 27.) madde, üçüncü faktör (16., 21., ve 26.) madde, dördüncü faktör (14., ve 28.) madde, beşinci faktör ise (1., 2., 5., ve 8.) madde, numaralarını almıştır. Bu işlemlerden sonra yeniden dizayn edilen anket formu 389 katılımcıya uygulanarak doğrulayıcı faktör analizi için yeni veriler toplanmıştır.

Tablo 4. DFA uyum iyiliği sonuçları

Uyumluluk indeksi	Uyum indeksi değerleri	Kabul edilir uyum	İyi uyum
Ki-Kare (X^2)	753,87		
Serbestlik Derecesi	340		
Ki-Kare/sd	2,22	$2 \leq X^2/sd \leq 5$	$0 \leq X^2/sd \leq 2$
RMSEA	0,05	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$	$0 \leq RMSEA < 0,05$
SRMR	0,05	$0,05 \leq SRMR \leq 0,10$	$0 \leq SRMR \leq 0,05$
GFI	0,88	$0,85 \leq GFI \leq 0,90$	$0,90 \leq GFI \leq 1,00$
AGFI	0,85	$0,85 \leq AGFI \leq 0,90$	$0,90 \leq AGFI \leq 1,00$
CFI	0,97	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$	$0,97 \leq CFI \leq 1,00$
NNFI	0,96	$0,95 \leq NNFI \leq 0,97$	$0,97 \leq NNFI \leq 1,00$
NFI	0,94	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	$0,95 \leq NFI \leq 1,00$

Tablo 4 incelendiğinde, Yapılan DFA sonucunda 5 faktörlü 28 maddelik açıklayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen yapı doğrulanmış ve RMSEA, SRMR, GFI, AGFI CFI, NNFI, ve NFI uyum iyiliği indekslerinin kabul edilebilir seviyede, olduğu tespit edilmiştir. Bu uyum indeksine ilişkin standart yükler, R2 ve t değerleri Tablo 5 de verilmiştir.

Tablo 5: DFA sonucu R2 değerleri ve t değerleri

Maddeler	R ²	t değeri
Faktör 1		
M6	0,29	10,97
M9	0,35	12,29
M10	0,55	16,55
M11	0,43	14,05
M13	0,44	14,36
M15	0,46	14,73
M17	0,40	13,35
M18	0,47	14,92
M19	0,36	12,52
M20	0,49	15,30
M22	0,34	12,04
M23	0,48	15,05
M24	0,52	16,05
Faktör 2		
M3	0,45	13,74
M4	0,37	12,19
M7	0,43	13,39
M12	0,45	13,73
M25	0,28	10,23
M27	0,51	14,90
Faktör 3		
M16	0,36	11,32
M21	0,40	12,13
M26	0,65	15,75
Faktör 4		
M14	0,40	11,68
M28	0,55	13,39
Faktör 5		
M1	0,12	5,62
M2	0,34	9,54
M5	0,30	8,95
M8	0,14	6,22

Tablo 5 incelendiğinde; madde 10'nun en yüksek t-değerine (=16,55) ve R² (=0,55) sahip olduğu, madde 1'in ise en düşük t-değerine (=5,62) ve R² (=0,12) sahip olduğu görülmektedir.

Son olarak, toplam ölçeğin ve alt boyutların alfa iç tutarlılık değerlerine bakılarak faktörler tanımlanmıştır (Tablo 6).

Tablo 6. Sporda Söylenti Ölçeği alt boyutlarının tanımlanması, alt boyutların ve toplam ölçeğin alfa değerleri

		Madde sayısı	Alt boyutların	Toplam ölçeğin alfa değeri
Etkilenim Boyutu	Madde 10. Olumsuz Söylentiler yedek kalmamda etkendir. Madde 24. Söylentiler olumsuz olduğunda takımdan dışlanırım. Madde 23. Söylentiler sosyal ilişkilerimi etkiler. Madde 11. Söylentiler sportif imajımı etkiler. Madde 18. Söylentiler maddi gelirim etkiler. Madde 15. Olumsuz söylentiler beni kulübümden uzaklaştırır. Madde 17. Hakemler hakkındaki söylentiler maç performansımı etkiler. Madde 9. Söylentiler takım arkadaşlarımdan beni uzaklaştırır.	13	$\alpha = 0.90$	$\alpha = 0.90$
İletişim Boyutu	Madde 7. Söylentileri başkalarına aktarıyorum. Madde 3. Söylentiye aktarmak beni rahatlatır. Madde 4. Söylentiye inanırım. Madde 27. Söylentiye dinlemek beni rahatlatır. Madde 12. Söylentiler haber alma aracımıdır.	6	$\alpha = 0.80$	
Motivas-yon Boyutu	Madde 26. Söylentiler olumlu olduğunda motivasyonum artar. Madde 21. Olumlu söylentiler sportif performansımı artırır.	3	$\alpha = 0.71$	
Ekono-mi boyutu	Madde 14. Söylentiler reklam gelirlerini etkiler. Madde 28. Söylentiler tanınmam için bir reklam aracıdır.	2	$\alpha = 0.63$	
Algi Boyutu	Madde 5. Hakemler hakkında söylenti daha yaygındır. Madde 1. Antrenörler hakkında söylenti daha yaygındır. Madde 2. Kulüp yöneticileri hakkında söylenti daha yaygındır. Madde 8. Sporcular hakkında söylenti daha yaygındır.	4	$\alpha = 0.53$	
Ölçeğin toplam madde sayısı		28		

Tablo 6 incelendiğinde, toplam ölçeğin ve alt boyutların Cronbach Alpha iç tutarlılık değerleri, birinci alt boyut olan (Etki boyutu için $\alpha = 0.90$), ikinci alt boyut olan İletişim boyutu için $\alpha = 0.80$), üçüncü alt boyut olan (Motivasyon boyutu için $\alpha = 0.71$), dördüncü alt boyut olan (Reklam boyutu için $\alpha = 0.63$) ve beşinci alt boyut olan (Sosyal boyutu için $\alpha = 0.53$) olarak belirlenmiştir. Toplam ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık değerleri ise ($\alpha = 0.90$) olarak bulunmuştur. Söylenti ölçeğinde Etki boyutunda (6., 9., 10., 11., 13., 15., 17., 18., 19., 20., 22., 23., ve 24.)'inci maddelerden, İletişim boyutunda (3., 4., 7., 12., 25., ve 27.)'inci maddelerden, Motivasyon boyutunda (16., 21., ve 26.)'inci maddelerden, Reklam boyutunda (14., ve 28.)'inci maddelerden, Sosyal boyutunda ise (1., 2., 5., ve 8.)'inci maddelerden oluşmaktadır.

Sporda Söylenti Etki Ölçeğinin beş alt boyutu arasındaki ilişkiyi ölçmek için pearson momentler çarpımı korelasyon katsayısı analizi yapılmış ve sonuçları Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Sporda Söylenti Etki Ölçeği anketinin alt boyutları arasındaki ilişki

	1.Etkilenim	2. İletişim	3.Motivasyon	4. Ekonomi	5. Algı.
1.Etkilenim	1	,503(**)	,323(**)	,329(**)	,162(**)
2. İletişim		1	,288(**)	,294(**)	,209(**)
3. Motivasyon			1	,187(**)	,220(**)
4. Ekonomi				1	,231(**)
5. Algı					1

**p< 0.01

*p<0,05

Tablo 7 incelendiğinde; Etkilenme alt boyutu ile iletişim ($r=0,50$), alt boyutları arasında orta düzeyde pozitif yönde anlamlı ilişki görülürken, Etkilenme alt boyutu ile **Motivasyon** ($r=0,32$), **Ekonomi** ($r=0,33$) ve **Algı** ($r=0,16$), alt boyutları arasında pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişki görülmektedir. **İletişim** alt boyutu ile **Motivasyon** ($r=0,29$), **Ekonomi** ($r=0,29$) ve Sosyal ($r=0,20$), alt boyutları arasında, **Motivasyon** ile **Ekonomi** ($r=0,19$) ve Sosyal ($r=0,22$), alt boyutları arasında, **Ekonomi** ile **Algı** alt boyutunda ($r=0,23$) pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada; amatör veya profesyonel sporcular tarafından değerlendirilmek amacıyla geliştirilen "Sporda Söylenti ve Etkileri" ölçeği için yapılan tüm geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları sonucunda elde edilen bulgular bu bölümde tartışılmıştır.

Çalışmada verilerin faktör analizine uygunluğunu belirlemek için örneklem yeterlilik testi Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ölçümü yapılmıştır. Tablo 1 incelendiğinde ölçeğin KMO örneklem yeterlilik ölçümü değerinin 0,86 olduğu görülmektedir. Literatüre göre elde edilen değer 1'e ne kadar yakın ise elde edilen veri grubuna faktör analizinin yapılması o kadar uygun olduğu vurgulanmaktadır. Daha sonra Korelasyon matrisinin benzer matris olup olmadığı hipotezini test etmek için Bartlett Küresellik Testi kullanılmış ve bu test sonucunda hipotez $p<0.01$ seviyesinde reddedilmiştir. Böylece maddeler arasında ilişkinin varlığını ortaya koyarak faktör analizi için verilerin uygunluğunu saptanmıştır^{1,3,14,16}.

Elde edilen verilerin faktör analizine uygunluğunu saptadıktan sonra, elde edilen verilere ilişkin özdeğerler (Eigen value) incelenerek son faktör analizi aşamasında analize alınan maddelerin öz değeri 1'den büyük beş faktör altında toplandığı tespit

edilmiştir. Elde edilen bu beş faktör, toplam varyansın yaklaşık %49,10'unu açıklamaktadır (Tablo 2). Konu ile ilgili yazına göre elde edilen varyans oranları ne kadar yüksekse, ölçeğin faktör yapısı da o kadar güçlü olacağı kanısına karşın, sosyal bilimlerde yapılan analizlerde %40 ile %60 arasında değişen varyans oranları yeterli kabul edilmektedir¹⁶. Bu bilgiler ışığında geliştirilen ölçek için elde edilen varyansın kabul edilebilir değerler aralığında iyi olduğu görülmektedir.

Dikey ekseninde özdeğerlerin, yatay ekseninde ise, faktörlerin yer aldığı özdeğerler grafiği olan Scree plot grafik 1 de görülmektedir. Grafik incelendiğinde; yüksek ivmeli hızlı düşüşlerin yaşandığı dikey eksenindeki en uygun faktör sayısının beş olduğuna karar verilebilir. Beşten sonraki faktörlerin getirdikleri ek varyansların katkılarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Bu sonuca dayanarak ölçme aracımızın beş faktörden oluşabileceği kabul edilmiştir. Faktör yükleri alt kesme noktası ise .30 olarak alınmıştır. Faktör yük değerinin .30 olarak alınmasının uygun olduğu ilgili kaynaklar tarafından da desteklenmektedir^{1,16,9}.

Verilerin faktör analizine uygunluğu ve ölçeğin beş boyutlu bir yapıdan oluşacağı

test edildikten sonra hangi maddelerin hangi boyutlar altında yer alacağını tespit etmek amacı ile ölçek maddeleri varimax eksen döndürme testine tabi tutulmuştur. Birinci, aşamada yapılan varimax döndürme eksen testi, faktör yükü .30'ın altında kalan ve bir madde de toplanan iki faktör yükü arasındaki değer 1'in altında olan maddeler ile hiç faktör yükü almayan maddeler (44,43,57,55,60,54,25,17,56,38,15,45,26,7,14,18,11,29,50 ve 41) döndürme ekseninden çıkartılmıştır. İkinci ve üçüncü aşamada kalan maddelere yeniden varimax faktör analizi uygulanmış ve (20,5,21,4,2,23 ve 9)'üncü maddelerin birden fazla faktör yükü almasından dolayı ve iki faktör yükü arasındaki değer 1'in altında olmasından dolayı bu maddeler de ölçekten çıkartılmıştır. Dördüncü aşamada 38 soru ve altı alt boyuttan oluşan ölçeğin alt boyutlarına cronbachalpha güvenilirlik analizi uygulanmış ve (61,65,22,10,16,8,6, ve 58.) maddeler güvenilirlik kat sayısını düşürdüğü için ölçekten çıkartılmıştır. Ayrıca 63. Madde anlam bütünlüğünü bozduğundan dolayı ölçekten çıkarılmıştır.

Beşinci ve son aşama sonrasında yapılan varimax eksen döndürme testi sonucunda anketin beş alt boyut ve 28 maddeden oluştuğu, her alt boyut altında toplanan soruların ise içerik olarak anlamca benzer ifadeler içerdiği görülmüştür (Tablo 3).

Açıklayıcı faktör analizi sonucu tanımlanan 28 maddelik 5 faktörlü yapıya başka bir geçerlilik yöntemi olan doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi daha önceden tanımlanmış ve sınırları çizilmiş bir yapının, uygun bir model olarak doğrulanıp doğrulanmayacağını test eden bir analiz yöntemidir⁴.

Yapılan doğrulayıcı faktör analizi için öncelikli olarak uyum iyiliği analizi yapılmıştır ve sonuçları Tablo 4'de verilmiştir. Yapılan DFA sonucunda 5 faktörlü 28 maddelik bir yapı doğrulanmış ve RMSEA, SRMR, GFI, AGFI CFI, NNFI, ve NFI uyum iyiliği indekslerinin kabul edilebilir seviyede, olduğu tespit edilmiştir^{4,15,12}.

Yapılan DFA sonucunda 5 faktörlü 28 maddelik bir yapı doğrulanmıştır. Tablo 5'de bu yapıya ilişkin, R² ve t değerleri verilmiştir. Tablo 5 incelendiğinde; madde 6'nın en yüksek t-değerine (=16,55) ve R² (=0,55) sahip olduğu, madde 4'ün ise en düşük t-değerine (=5,62) ve R² (=0,12) sahip olduğu görülmektedir. Gözlenen değişken ve gizli değişken arasındaki ilişkiyi ortaya çıkaran t-değerinin 1,96'yı aştığında 0,05 düzeyinde; 2,56'yı aştığında ise 0,01 düzeyinde anlamlı olacağına ifade edilmektedir⁴. Bu analizle ortaya çıkan 28 maddenin gizli değişkenleriyle arasındaki t-değerleri incelendiğinde en düşük t-değerinin madde 1'de (=5,62) olduğu ve 2,56 değerinde bulunduğu görülmektedir. Standart yük değerleri, her bir gözlenen değişken ile bağlı olduğu gizli değişkenin arasındaki korelasyonu belirtirken R² ise gözlenen değişken ile gizli değişken arasındaki ilişkinin gücünü göstermektedir^{4,15}. Analize alınan 28 maddenin R² değerleri incelendiğinde makul sınırlar içinde olduğu söylenebilir.

Daha sonra tüm alt boyutlara ve maddelerin toplamından oluşan ölçeğe ayrı ayrı Cronbach Alpha iç tutarlılık testi yapılmıştır. Toplam ölçeğin ve alt boyutların Cronbach Alpha iç tutarlılık değerleri Tablo 6 verilmiştir. Tablo 6 ya göre alfa değerleri, birinci alt boyut olan (Etki / Etkilenim Boyutu için $\alpha=0.90$), ikinci alt boyut olan (İletişim Boyutu için $\alpha=0.80$), üçüncü alt boyut olan (Motivasyon Boyutu için $\alpha=0.71$), dördüncü alt boyut olan (Ekonomik/ Reklam boyutu için $\alpha=0.63$) ve beşinci alt boyut olan (Sosyal Algı Boyutu için $\alpha=0.53$) olarak belirlenmiştir. Toplam ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık değerleri ise ($\alpha=0.90$) olarak bulunmuştur. George ve Mallery (2003)'e göre Alfa değerleri ".90 ve üzeri Mükemmel, .80 ve üzeri İyi, .70 ve üzeri Uygun, .60 ve üzeri kabul edilebilir, .50 ve üzeri Zayıf, son olarak .50 ve altı kabul edilemez" olarak açıklanmıştır. Dolayısıyla analizden elde edilen alfa katsayıları incelendiğinde iyi değerlere sahip oldukları görülmektedir. Sporda Söylenti ve Etkileri ölçeğinde Etkilenim boyutu (6s.,9.,10.,11.,13.,15.,17.,18.,19.,20.,22.,23., ve 24)'inci maddelerden, İletişim boyutu

(3.,4.,7.,12.,25., ve 27)'inci maddelerden, Motivasyon boyutu (16.,21., ve 26)'inci maddelerden, Ekonomi boyutu (14., ve 28)'inci maddelerden, Algı boyutu ise (1.,2.,5., ve 8)'inci maddelerden oluşmuştur.

Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan alt boyutların yapı geçerliliklerini değerlendirmek için ise ortaya çıkan beş alt boyutun korelasyon değerleri hesaplanmıştır (Tablo 7). Bu hesaplama sonucunda; alt boyutlardan Etkilenim ile İletişim ($r=0,50$), Motivasyon ($r=0,32$), Ekonomi ($r=0,32$) ve Algı ($r=0,16$), alt boyutları arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı ilişki görülmektedir.

İletişim alt boyutu ile Motivasyon ($r=0,29$), R Ekonomi ($r=0,29$) ve Algı ($r=0,20$), alt boyutları arasında, Motivasyon ile Ekonomi ($r=0,19$) ve Algı ($r=0,22$), alt boyutları arasında, Ekonomi ile Algı alt boyutunda ($r=0,23$) pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, Sporda Söylenti Etkisinin amatör veya profesyonel sporcular tarafından değerlendirmek amacı ile geliştirilen "Sporda Söylenti ve Etkileri" ölçeği için yapılan tüm geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları sonucunda, ölçeğin, bu çalışmanın amacına uygun olarak ölçmek istenilen özellikleri ölçen likert türü bir ölçek olduğu saptanmıştır.

KAYNAKLAR

1. Akgül, A., & Çevik, O. (2005). *İstatiksel Analiz Teknikleri, SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları*. Ankara: Emek Ofset.
2. Artaç, M. (2017). Dedikodu Ve Söylentinin İşletme Verimliliğine Etkisi Üzerine Mersin İlinde Hemşireler Üzerine Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Mersin
3. Bayram, N. (2004). *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*. Bursa: Ezgi Kitapevi.
4. Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik*. Ankara: Pagem Akademi.
5. Danovan, P. (2007). How Idle is Idle Talk? One Hundred Years of Rumor Research. *Diogenes* 54(1):59-82
6. DiFonzo, N., Bordia, P., Rosnow R. L. (1994). Reining In Rumors. *Organizational Dynamics*. 23 (1). 47-62.
7. Gençer, R. T., Demir, C., & Aycan, A. (2008). Kayak Merkezlerindeki Spor Turistlerinin Hizmet Kalitesi Algılarını Etkileyen Değişkenler. *Ege Akademik Bakış*, 8 (2), 437-450.
8. George D, & Mallery P. *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 11.0 update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon, 2003.
9. Hatcher, L. (1994). *A Step-By-Step Approach To Using The SAS (R) System For Factor Analysis And Structural Equation Modeling*. Cary, NC: SAS Institute.
10. Kapferer, J. N., (1992), Dünyanın En Eski Medyası, Dedikodu & Söylenti, Çev: Işın Gürbüz, İletişim Yayınları, İstanbul.
11. Michelson, G. ve Mouly, V. S. (2004). Do loose lips sink ships? The meaning, antecedents and consequences of rumour and gossip in organisations. *Corporate Communications: An International Journal* . Vol. 9(3), 189-201.
12. Seçer, İ. (2017). *SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi*, Anı Yayıncılık, Ankara.
13. Solmaz, B. Söylenti ve Dedikodu Kavramı. Kurumsal Söylenti ve Dedikodu, Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama. Konya: Tablet Yayınları;2004. p.21-51.
14. Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
15. Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş: Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Ekinoks Yayınları.
16. Tavşancıl, E. (2006). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: 3. Baskı, Nobel Yayınları.