



Esport İzleyici Motivasyon Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlama Çalışması*

Ecenur KORKMAZ¹, Ayberk KORKMAZ², Hüseyin ÇEVİK³

¹Eskişehir Teknik Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi. <https://orcid.org/0000-0003-2368-9157>

²Eskişehir Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. <https://orcid.org/0000-0001-6152-6610>.

³Eskişehir Teknik Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi. <https://orcid.org/0000-0002-3555-7322>.

To cite this article/ Atıf için:

Korkmaz, E., Korkmaz, A., Çevik, H. (2024). Esport izleyici motivasyon ölçeğinin Türkçe'ye uyarlama çalışması. *Uluslararası Bozok Spor Bilimleri Dergisi*, 5(1), 201-213.

Özet

Esport endüstrisinin en önemli paydaşları arasında yer alan izleyicilerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu artış araştırmacıları izleyicilerin tüketim motivasyonlarını incelemeye yöneltmiştir. Alan yazında daha önceki araştırmalar geleneksel spor izleyicilerinin motivasyonlarını değerlendiren ölçme araçları ile konuyu incelese de bu ölçme araçlarının esport izleyicilerinin motivasyonlarını değerlendirmede yetersiz olabileceği ile sürülmüştür. Bunun sonucunda da espora özgü motivasyon ölçeği geliştirilmiştir. Ancak, Türkçe literatürde esport izleyicilerinin motivasyonu değerlendiren ölçme araçları konusunda eksiklik söz konusudur. Dolayısıyla bu çalışmada "Esport İzleyici Motivasyon Ölçeği" nin Türk dili ve kültürüne uyarlanması amaçlanmıştır. Çalışmanın evrenini Türkiye'de bulunan esport izleyicileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden uygun örnekleme yöntemi ile seçilen 39 (%26.9)'u kadın, 106 (%73.1)'sı erkek olmak üzere toplam 145 esport izleyicisinden oluşmaktadır. Veriler internette oluşturulan anket aracılığıyla (WebSurvey) toplanmıştır. Ölçeğin yapısı Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ile test edilmiştir. Ölçeğin yapı geçerliği uyum indeksleri, ayırma ve yakınsak geçerlik analizleri ile değerlendirilmiştir. Güvenirlik için ise birleşik güvenirlik katsayıları ve Cronbach Alpha katsayıları hesaplanmıştır. Analizler sonucunda ölçme aracının geçerlik ve güvenirlik kriterlerini sağladığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak ölçme aracının orijinalinde olduğu gibi 10 faktörlü 45 maddeli yapı ile Türkiye'deki esport izleyici motivasyonlarının değerlendirilmesinde gereken psikometrik özellikleri taşıdığı tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Esport, Esport izleyicisi, Esport motivasyonu, Çevrimiçi izleyici, Motivasyon

Turkish Adaptation Study of Esports Spectator Motivation Scale

Study Abstract

The number of spectators, who are among the most important stakeholders of the esports industry, is increasing day by day. This increase has led researchers to examine the consumption motivations of spectators. Although previous studies in the literature have examined the issue with measurement tools that evaluate the motivations of traditional sports viewers, it has been argued that these measurement tools may be insufficient to evaluate the motivations of esports viewers. As a result, an esports-specific motivation scale was developed. However, there is a lack of measurement tools evaluating the motivation of esports spectators in the Turkish literature. Therefore, this study aims to adapt the "Esports Spectator Motivation Scale" to the Turkish language and culture. The population of the study consists of esports spectators in Turkey. The sample of the study consists of a total of 145 esports spectators, 39 (26.9%) of whom are female and 106 (73.1%) of whom are male, selected by convenient sampling method from non-random sampling methods. The data were collected through a questionnaire created

*Bu çalışma 20-21 Ocak 2022 tarihinde düzenlenen "Future Trends in Leisure and Recreation (FTLRC) kongresinde özet bildiri olarak sunulmuştur.

on the internet (WebSurvey). The structure of the scale was tested with Confirmatory Factor Analysis (CFA). Construct validity of the scale was evaluated by fit indices, discriminant and convergent validity analyses. For reliability, combined reliability coefficients and Cronbach Alpha coefficients were calculated. As a result of the analyses, it was determined that the measurement tool met the validity and reliability criteria. As a result, it was determined that the measurement tool has the psychometric properties required for the evaluation of esports spectator motivations in Turkey with a 10-factor 45-item structure as in the original.

Keywords: Esports, Esports spectator, Esports motivation, Online spectator, Motivation

GİRİŞ

Espor, oyuncuların sanal ve elektronik bir çevrede çeşitli oyunlarda yarışmak için fiziksel ve zihinsel yeteneklerini kullandıkları mücadeleci bir spor olarak tanımlanmaktadır (IESF, 2021). İnternetin yaygınlaşması, yeni oyun türlerinin ortaya çıkması ve espor turnuvalarını çevrim içi ortamda yayınlayan platformların ortaya çıkması ile birlikte espor etkinliklerinin ve bu etkinlikleri izleyen izleyicilerin sayısı her geçen gün artmıştır. Bununla bağlantılı olarak espor küresel boyutta izleyici temelli popüler bir boş zaman eğlence türü haline gelmiştir (Hamari & Sjöblom, 2017; Qian vd., 2020b; Scholz, 2019).

Geldiği nokta itibari ile espor öncelikli ve ikincil paydaşlardan oluşan kendi ekosistemini oluşturmuş (Scholz, 2020) bir endüstri olarak değerlendirilmektedir (Peng et al., 2020). Bu endüstri içinde izleyiciler, çevrimiçi ve canlı etkinlik izleyicileri olarak gruplandırılmaktadır ve her iki izleyici grubu da endüstrinin baş rol oyuncuları arasında yer almaktadır (Kartal, 2020). Çünkü onların espora olan ilgisi ikincil paydaşların varoluşuna ve sürdürülebilirliğini doğrudan etki etmektedir (Scholz, 2020). Bunun farkında olan araştırmacılar, espor tüketimini anlamak için izlemeye yönelik faktörler ve motivasyonları keşfetmeye yönelmiştir (Brown et al., 2018; Hamari & Sjöblom, 2017; Lee et al., 2014; Pizzo et al., 2018; Qian et al., 2020b; Xiao, 2020).

Daha önce espor izleyicilerinin motivasyonlarını anlamaya çalışan araştırmacılar, geleneksel sporları izlemeye motive eden faktörlerden yararlanarak, espor izleyicilerinin motivasyon kaynaklarını tanımlamaya çalışmıştır (Hamari & Sjöblom, 2017; Lee et al., 2014; Pizzo et al., 2018; Xiao, 2020). Bu araştırmalardan biri olan Hamari & Sjöblom (2017)'un çalışmasına göre dolaylı başarı, estetik, drama, kaçış, bilgi edinme, oyuncuların/sporcuların becerileri, sosyal etkileşim, fiziksel çekicilik, yenilik ve saldırganlıktan hoşlanma faktörleri espor izleyicilerinin motivasyon kaynakları olarak tanımlanmıştır. İkinci çalışma olan Lee et al. (2014)'nın araştırmasında espor izleyicilerinin motivasyon kaynakları benzer şekilde kaçış, eğlence, başarı, drama, beceriler, sosyal etkileşim, takım aidiyeti, oyuncunun çekiciliği, yorum yapma ve memnuniyeti görme olarak tanımlanmıştır. Üçüncü çalışmada ise Pizzo et al. (2018), (spora) ilgi, dolaylı başarı, heyecanlanma, oyuncuya ilgi, estetik, sosyal fırsatlar, drama, rol model, eğlence değeri, sağlıklı çevre, aile bağı, bilgi edinme, sporcuların becerileri, fiziksel çekicilik, saldırganlıktan hoşlanma faktörlerini espor izleyicilerinin motivasyon kaynakları olarak tanımlanmıştır. Benzer şekilde Xiao (2020) başarı, bilgi edinme, estetik, drama, kaçış, sosyal etkileşim faktörlerini espor izleme niyetiyle ilişkili tutumlar olarak tanımlamıştır. Qian et al. (2020a) bu araştırmaları geleneksel spor izleyicilerinin motivasyonlarını ölçmek için kullanılan ölçme araçları ile espor izleyicilerinin motivasyonları incelendikleri ve bu araçların espor izleyicilerinin eşsiz özelliklerini değerlendirmede yetersiz olabileceklerini ileri sürerek eleştirmiştir. Daha önceki araştırmalar temelinde gerçekleştirdiği çalışmada diğer faktörlerin dışında “beceri geliştirme” ve “dolaylı duygu” boyutlarını çevrimiçi espor izleyici motivasyonları olarak tanımlayarak espora özgü motivasyon ölçeği geliştirmiştir.

Rietz & Hallmann (2022), espor izleyicilerinin motivasyonlarını sistematik bir şekilde incelediği çalışmada, tespit edilen izleme güdülerinin espor ve geleneksel sporlar bağlamlarına göre değişebileceğini belirtmiştir. Buradan hareketle espor izleyici motivasyonunun geleneksel spor temelinde geliştirilen ölçüm modelleri yerine, espora özgü

geliştirilen ölçme araçları değerlendirmenin daha doğru olacağı düşünülmektedir. Ancak, uluslararası literatürde espor izleyici motivasyonunun geliştiren ölçme araçları oldukça sınırlıdır (Qian et al., 2020b). Bununla birlikte ulusal literatür, çevrimiçi espor izleyicilerin motivasyonlarını kapsamlı bir şekilde değerlendiren ölçme aracından yoksundur. Dolayısıyla, literatürdeki bu boşluğu doldurmak için bu araştırmada, Qian et al. (2020a) tarafından geliştirilen “Espor İzleyici Motivasyon Ölçeği” nin” Türk dil ve kültürüne uyarlanması amaçlanmıştır. Böylece, Türkiye’deki espor izleyicilerinin motivasyonları kapsamlı bir şekilde değerlendirilebilecek ve espor endüstrisinde yer alan paydaşlara yönelik Türkiye’deki espor izleyicilerinin motivasyonları hakkında önemli veriler sağlanabilecektir.

YÖNTEM

Araştırma Grubu

Araştırmanın evreni Türkiye’de bulunan espor izleyicileri oluşmaktadır. Zaman, maliyet, süreç zorluğu vb. sebeplerden dolayı evren içerisinden örneklem seçimi gerçekleşmiştir (Etikan vd., 2016). Tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden uygun örnekleme yöntemi ile seçilen 39 (%26.9) kadın, 106 (%73.1) erkek toplam 145 elektronik spor izleyicisi gönüllü katılım ilkesi gözetilerek araştırmaya dahil edilmiştir.

Doğrulamalı faktör analizi (DFA) için ihtiyaç duyulan minimum örneklem büyüklüğü ile ilgili olarak, literatürde farklı görüşler yer almaktadır. Bazı araştırmacılara göre minimum örneklem büyüklüğü 100 olmalıdır (Gorsuch, 1983; Kline, 1994). Bazı araştırmacılara ise, minimum örneklem sayısının ölçme aracındaki madde sayısına göre değişebileceğini ifade etmektedir. Örneğin, Catell (1978) minimum örneklem sayısının ölçme aracında yer alan toplam madde sayısının 3-6 katı, Hair vd. (2010) 5 katı, Nunnally (1978) ise en az 10 katı olması gerektiğini savunmaktadır. Literatürdeki bu bilgiler temelinde araştırmada kullanılan ölçme aracındaki madde sayısına göre gerekli olan katılımcı sayısına ulaşıldığı söylenebilir.

Veri Toplama Aracı

Araştırma verileri iki bölümden oluşan anket aracılığıyla elde edilmiştir. Birinci bölümde e-spor spor izleyicilerinin kişisel bilgilerini sorgulamaya yönelik sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümünde Qian et al. (2020a) tarafından geliştirilen “Espor İzleyici Motivasyon Ölçeği” yer almıştır. Ölçek 10 alt boyuttan ve toplam 45 maddeden oluşmaktadır. E-Spor İzleyici Motivasyon Ölçeği, rekabetçi yapı (5 madde), sosyalleşme fırsatı (6 madde), beceri geliştirme (6 madde), arkadaş bağı kurma (5 madde), oyun bilgisi (4 madde), beceri değerlendirme (4 madde), eğlenceli yapı (5 madde), dramatik yapı (3 madde), rekabet heyecanı (4 madde) ve dolaylı duygu-empati (3 madde) boyutlarından oluşmaktadır. Ölçme aracında orijinalinde olduğu gibi 1’den (hiç katılmıyorum) 7’ye (tamamen katılıyorum) şeklinde sıralanan 7’li likert tipi kullanılmıştır.

Verilerin Toplanması

Veri toplama aşamasında önce ölçeğin kullanımı ve uyarılma aşamasında gereken işlemleri yapabilmek için ölçeği geliştiren yazarlardan mail yoluyla izin alınmıştır. Veriler internet aracılığı ile anket (WebSurvey) yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Bunun için Google Form’ da anket düzenlenmiş ve bu anketler 2021 yılı Mayıs-Haziran ayları arasında Facebook oyuncu grupları ve sayfaları, oyuncu forumları, Whatsapp grupları,

Instagram gibi platformlardan e-spor izleyicileri ile paylaşılmıştır. Gönüllü katılım ilkesine göre elde edilen veriler, daha sonra analiz programına aktarılmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin yorumlanmasında tanımlayıcı istatistikler ve iç tutarlılık analizleri SPSS 22, ölçüm modelinin yapı geçerliği için gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi (DFA) LISREL 8.80 analiz programı ile gerçekleştirilmiştir.

Dil Geçerliği: “Espor İzleyici Motivasyon Ölçeği’ nin” İngilizce orijinali ve Türkçe çevirisi arasında dil eşdeğerliliğinin sağlanması için araştırmacılarla birlikte, anadili İngilizce olan ve Türkçe’ yi iyi bilen iki bağımsız dil uzmanının yer aldığı bir çalışma grubu oluşturulmuştur. Dil uzmanları tarafından önce İngilizce ’den Türkçe ’ye çeviri yapılmıştır. Araştırmacılar tarafından çeviriler incelenerek en uygun ifadeler seçilmiştir. Sonraki aşamada ana dili Türkçe olan ve İngilizce bilen iki farklı dil uzmanı sürece dahil olmuştur. Bu dil uzmanları tarafından çevirisi tamamlanan ifadeler, orijinal dile geri çevrilmiştir. Son aşamada araştırmacılar ifadeleri orijinalleri ile karşılaştırılarak, ifadelerin uygunluğuna karar vermişlerdir (Banville et al., 2000).

Yapı Geçerliği: Ölçüm modelinin yapı geçerliği için yakınsak ve ayrışma geçerliği analizleri gerçekleştirilmiştir. Yakınsak geçerlik kapsamında öncelikle faktör yükleri incelenmiş daha sonra ortalama açıklanan varyans (Average Variance Extracted, AVE) ve yapı güvenirliliği (Construct Reliability, CR) değerleri hesaplanmıştır. Ayrışma geçerliği için ise yapılar arası korelasyon değerleri hesaplanmıştır. İç tutarlılık güvenirliliği Cronbach’s Alpha (α) katsayısı hesaplanarak değerlendirilmiştir. Model veri uyumu ki kare değerinin serbestlik derecesine bölünmesi (χ^2/df), artan uyum indekslerinden Comparative Fit Index (CFI) ve Tucker-Lewis İndeksi (TLI), mutlak uyum indekslerinden Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) ve Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) değerlerinin hesaplanması ile değerlendirilmiştir (Hair et al., 2013). Literatürde belirtilen eşik değerlere göre χ^2/df için kabul edilebilir eşik 3.0’ın altındadır (Kline, 2011). CFI için 0.90 üzeri (Browne & Cudeck, 1993) RMSEA değeri için 0.80 veya altı (Hair et al., 2013) ve SRMR için ise 0.10 kabul edilebilir eşiktir (Browne & Cudeck, 1993). Yakınsak geçerlik için faktör yüklerinin 0.50’nin altında olması gerekmektedir (Hair et al., 2013). AVE değerleri için eşik değer 0.50 (Hair et al., 2013) ve CR için ise 0.60’dır (Fornell & Larcker, 1981). Ayrışma geçerliğinin sağlanabilmesi için ise yapılar arası korelasyon değerinin 0.85’in altında olması gerekmektedir (Kline, 2011). Tatmin edici düzeyde güvenirlilik için yapıların α değerinin 0.60’ın üzerinde olması gerekmektedir (Hair et al., 2013; Norman & Streiner, 2003).

BULGULAR

Bu bölümde araştırmada yer alan katılımcıların tanımlayıcı istatistiklerine yer verilmiştir. Bununla birlikte espor izleyici motivasyonu ölçeğinin geçerlik ve güvenirlilik analizlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler ve doğrulayıcı faktör analizlerine ilişkin bulgularda sunulmuştur.

Araştırma kapsamında e-spor izleyici profilini daha ayrıntılı tanımak adına, veri toplama aracında birçok soruya yer verilmiştir. Espor izleyicilerinin demografik özellikleri ile ilgili bilgiler Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

Demografik Özellik	n	%	Demografik Özellik	n	%
Cinsiyet			Meslek		
Kadın	39	26.9	Öğrenci	95	65.5
Erkek	106	73.1	Memur	5	3.4
Medeni Durum			İşçi	10	6.9
Evli	19	13.1	Serbest Meslek	8	5.5
Bekar	126	86.9	Yönetici	4	2.8
Yaş			Çalışmıyor	15	10.3
16-18	12	8.3	Diğer	8	5.6
19-24	106	73.1	Yaşadığı Şehir		
25 ve üzeri	27	18.6	İstanbul	16	11.0
Eğitim Durumu			Ankara	10	6.9
Ortaokul	5	3.4	İzmir	3	2.1
Lise	16	11.0	Bursa	37	25.5
Önlisans/Lisans	116	80.0	Antalya	2	1.4
			Eskişehir	31	21.4
			Diğer	46	31.7
Oyun Türü			Oynanan		
FPS (Birinci Şahıs Nişancı)	68	46.9		İzlenen	
RTS (Gerçek Zamanlı Strateji)	6	4.1			
MMORPG (Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma)	10	6.9			
MOBA (Çevrimiçi Çok Oyunculu Savaş Arenası)	13	9.0			
Battle Royale (Hayatta Kalma)	13	9.0			
Dövüş Oyunları	6	4.1			
İzleme Süresi (yıl)			Haftalık İzleme Süresi (saat)		
1 yıldan az	2	1.4	1 saatten az	2	1.4
1 yıl	29	20.0	1 saat	28	19.3
2 yıl	33	22.8	2 saat	23	15.9
3 yıl	11	7.6	3 saat	22	15.2
4 yıl	13	9.0	4 saat	10	6.9
5 yıl ve üzeri	57	39.2	5 saat ve üzeri	60	41.3

Katılımcıların kişisel özellikleri incelendiğinde, 39'unun (%26.9) kadın, 106'sının (%73.1) erkek olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamında 30'dan fazla ilden katılımcıya ulaşılmıştır. En fazla katılım büyükşehirlerden olmuştur. Katılımcıların yaş özelliğine göre %73.1'i (106) 19-24 yaş aralığında olup %80'i (116) önlisans/lisans eğitim düzeyine sahiptir. Katılımcıların %65.5'lik (95) dilimi öğrencilerden oluşmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların en çok oynadığı oyun türü %46.9 (68) ile FPS (Birinci Şahıs Nişancı) türü olup, ardından %20 (29) ile Spor Oyunları gelmektedir. Buna paralel olarak, katılımcıların en çok izlediği oyun türlerine bakıldığında ise ilk sırada %44.8 (65) ile FPS (Birinci Şahıs Nişancı) olduğu, ikinci sırada %15.9 (23) ile Spor Oyunları olduğu görülmektedir. Katılımcıların e-spor izleme süreleri incelendiğinde, %39.2'sinin (57) beş yıl ve üzeri süredir e-spor izleyicisi

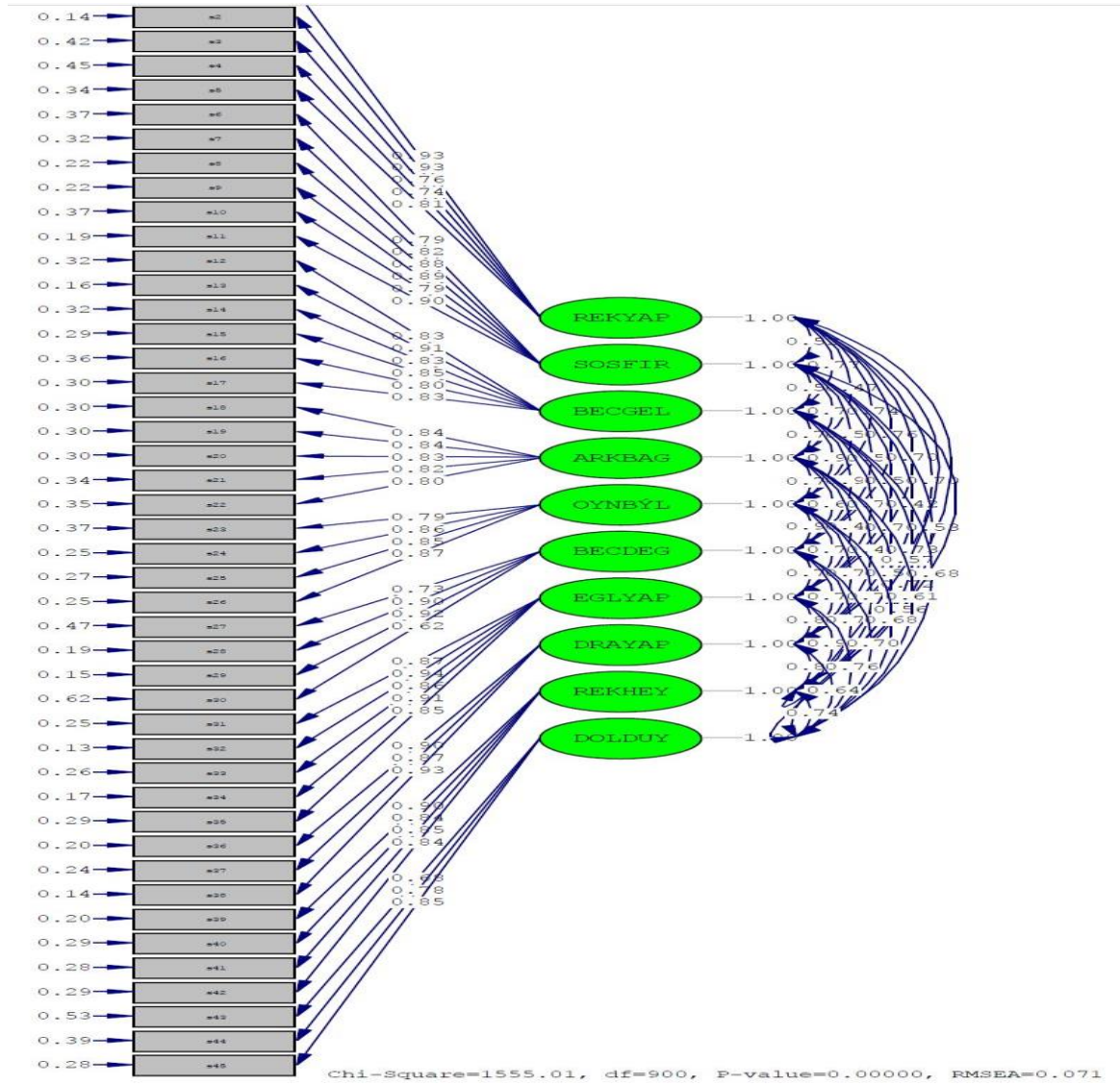
olduğu gözlemlenmiştir. %1.4'ü (2) haftada 1 saatten az espor izlerken, %41.3'ü (60) haftada beş saat ve üzeri espor izlemektedir.

Tablo 2. Espor izleyicileri motivasyon ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Faktörler	Ort.	Ss	Çarpıklık (skewness)	Basıklık (kurtosis)
Rekabetçi Yapı	5.8483	1.30773	-1.800	3.850
Sosyalleşme Fırsatı	4.7391	1.70192	-.536	-.577
Beceri Geliştirme	5.6529	1.34048	-1.265	1.812
Arkadaş Bağı Kurma	4.8883	1.57107	-.547	-.260
Oyun Bilgisi	5.5241	1.35987	-1.070	1.079
Beceri Değerlendirme	5.6707	1.31257	-1.226	1.753
Eğlenceli Yapı	7.2948	1.58242	-1.369	2.457
Dramatik Yapı	6.0414	1.21582	-1.833	4.456
Rekabet Heyacanı	5.7690	1.31401	-1.330	2.123
Dolaylı Duygu	5.3218	1.40459	-.893	.790

Veri analizine öncelikle veri setinin normal dağılım gösterip, göstermediği değerlendirilerek başlanmıştır. Analiz sonucunda çarpıklık değerinin -0.536 / -1899, basıklık değerinin ise -0.577 / 4.456 arasında olduğu tespit edilmiştir. Hair et al. (2010) ve Byrne (2010)'e göre bir veri setinin normal dağılım gösterebilmesi için çarpıklık değerlerinin +2/-2, basıklık değerlerinin ise -7/+7 aralığında olmalıdır. Ortaya çıkan sonuçlar temelinde bu araştırmadaki veri seti normallik dağılımını sağladığı ifade edilebilir.

Espor İzleyici Motivasyonu Ölçeği' nin yapı geçerliği için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen diyagram Şekil 1 'de sunulmuştur.



Şekil 1: Doğrulayıcı faktör analizi

Espor İzleyici Motivasyonu Ölçeği' nin doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen uyum indekslerinin alan yazında belirtilen ve kabul edilen sınırlar dahilinde olduğu gözlemlenmiştir. Uyum indeksleri şu şekildedir; $X^2= 1555.01$, $p=0,000$, $sd= 900$, $X^2/sd =1.727$, $CFI = 0.98$, $NFI = 0.96$, $NNFI= 0.98$, $RMSEA =0.071$, $SRMR =0.058$. Elde edilen sonuçlara göre veri ve model uyumunun sağlandığı ifade edilebilir. Ayrıca, analiz sonucunda t değerleri de incelenmiştir. Buna göre bütün t değerlerinin 2.26'nın üzerinde olduğu ve 0.001 düzeyinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3. Espor izleyicileri motivasyon ölçeği faktör yükler, cr, ave değerleri ve cranchbach alpha katsayısı

İfadeler	Faktör Yükleri	CR	AVE	α
Rekabetçi Yapı				
1. En sevdiğim e-spor oyununun rekabet içermesinden keyif alıyorum.	0.93			
2. E-spor mücadelesinin rekabetçi doğasını seviyorum.	0.93			
3. Bir oyuncunun diğer oyunculara karşı gerçekten iyi olduğunu görmek harikadır.	0.76	0.92	0.70	0.92
4. Oyuncuların birbirlerini ciddiye almalarını izlemeyi seviyorum.	0.74			
5. Oyuncular arasında üst düzey rekabet görmek isterim.	0.81			
Sosyalleşme Fırsatı				
6. En sevdiğim e-spor oyununu izlerken diğer izleyicilerle çevrimiçi etkileşimde bulunmaktan keyif alıyorum.	0.79			
7. E-Spor, benimle benzer ilgi alanlarına sahip diğer insanlarla çevrimiçi ortamlarda tanışmama olanak tanır.	0.82			
8. En sevdiğim e-spor oyununu izlemek çevrimiçi sosyalleşme fırsatı sağlar.	0.88	0.93	0.71	0.93
9. Diğer e-spor hayranlarıyla bağlantı kurabilir ve çevrimiçi topluluğun bir parçası olabilirim.	0.89			
10. Yayıncularla çevrimiçi etkileşimde bulunmaktan ve onları tanımaktan keyif alırım.	0.79			
11. Diğer izleyicilerle çevrimiçi etkileşimde bulunabilir ve onlarla samimi olabilirim.	0.90			
Beceri Geliştirme				
12. En sevdiğim e-spor oyununu izlemek, daha iyi bir oyuncu olmama yardımcı olur.	0.83			
13. En iyi oyuncuların yeni bir şeyler öğrenirim.	0.91			
14. Oyun oynamak nasıl kazanacağım konusunda bana daha iyi bir fikir verir.	0.83	0.93	0.71	0.93
15. Uzmanların kullandığı tekniklere ve stratejilere bakarak oyunumu geliştirebilirim.	0.85			
16. Oyun oynamam, nelerin mümkün olduğu konusunda derinlemesine anlayış sağlar.	0.80			
17. Profesyonel oyuncuların fikir almak kendi oyunumu geliştirir.	0.83			
Arkadaş Bağı Kurma				
18. Bir e-spor oyunu izlemek bana arkadaşlarımla bağ kurma şansı verir.	0.84			
19. En sevdiğim e-spor oyununu izleme deneyimini arkadaşlarımla paylaşmaktan keyif alırım.	0.84			
20. En sevdiğim e-spor oyununu izlerken arkadaşlarımla iyi vakit geçirebilirim.	0.83	0.91	0.68	0.91
21. E-spor müsabakalarını izlemek, insanların unutamayacakları bağlar kurduğu anlar yaratır.	0.82			
22. Sosyal bir ortamda arkadaşlarımla e-spor izlemekten keyif alırım.	0.80			
Oyun Bilgisi				
23. E-spor oyunu anlayışımın, onu izlemekten aldığım zevki artırdığını hissediyorum.	0.79			
24. E-Spor izliyorum çünkü karmaşık detayları ve stratejileri anlıyorum.	0.86	0.90	0.71	0.90
25. E-Spor İzliyorum çünkü oyunda neler olduğunu anlıyorum.	0.85			
26. Artılarını ve eksilerini bildiğim için en sevdiğim e-spor oyununu izlemeyi seviyorum.	0.87			
Beceri Değerlendirme				
27. Başkalarının oyunda asla hayal edemeyeceğim şeyleri yapabildiklerini izlemeyi seviyorum.	0.73			
28. Oyuncuların sınırları zorlamalarını ve düşünemediğim hamleleri sergilemelerini izlerim.	0.90			
29. Bir oyun sırasında yeni hareketler, numaralar veya teknikler görmeyi seviyorum.	0.92	0.87	0.64	0.86
30. Oyun esnasında yalnızca en iyi oyuncunun yapabileceği yüksek mikro / makro yeteneklerden hoşlanırım.	0.62			

Eğlenceli Yapı				
31. En sevdiğim e-spor oyununu izliyorum çünkü izlemesi eğlencelidir.	0.87			
32. En sevdiğim e-spor oyununu izliyorum çünkü eğlenmek istiyorum.	0.94			
33. En sevdiğim e-spor oyununu izliyorum çünkü izlemesi keyiflidir.	0.86	0.94	0.780	0.94
34. En sevdiğim e-spor oyununu izlemek çok eğlencelidir.	0.91			
35. En sevdiğim e-spor oyununu izlemek, vakit geçirmek için eğlenceli bir yöntemdir.	0.85			
Dramatik Yapı				
36. Bir oyunda insanların güçlü bir geri dönüş yaptığı andan keyif alırım.	0.90			
37. Zayıf takımların büyük hamleler yapmasını ve daha iyi takımları yenmesini izlemekten keyif alırım.	0.87	0.92	0.81	0.92
38. Bir oyunun son dakikada tersine çevrilebilmesi gerçeğini seviyorum.	0.93			
Rekabet Heyecanı				
39. En sevdiğim e-spor oyununu izlemenin getirdiği heyecanı seviyorum.	0.90			
40. En sevdiğim e-spor oyununu izlemeyi çok heyecan verici buluyorum.	0.84			
41. En sevdiğim e-spor oyununu izlerken gerilimden ve heyecanlanmaktan hoşlanırım.	0.85	0.91	0.73	0.91
42. En sevdiğim e-spor oyununu izlerken coşkulu ve heyecanlı hissediyorum.	0.84			
Dolaylı Duygu				
43. Oyunun son anlarına doğru sanki oyunun içinde olduğumu hissediyorum.	0.68			
44. Profesyonellerin nasıl oynadıklarını, oyuna gerçekten saatler harcamadan deneyimleyebiliyorum.	0.78	0.81	0.59	0.80
45. Oyunu izlerken, gerçekten iyi olmadan da yüksek bir seviyede oynamaya hissine kapılabiliyorum.	0.85			

Ölçüm modelinin yakınsak geçerliliğini belirlemek için faktör yükleri incelendiğinde bütün maddelerin faktör yüklerinin 0.50'den yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yakınsak geçerlik kapsamında bütün yapıların AVE değerlerinin 0.50'den, CR değerlerinin ise 0.70'den yüksek olduğu gözlemlenmiştir (Tablo 3). Hair et al. (2013) 'e göre faktör yüklerinin 0.50'den, her bir yapının AVE değerlerinin 0.50'den ve CR değerlerinin ise 0.70'den yüksek olması yakınsak geçerliğin kanıtlandığının bir göstergesidir (Hair et al., 2013).

Tablo 4. Araştırmadaki ölçüm modeline ilişkin yapılara ilişkin korelasyon matrisi

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Rekabetçi Yapı									
Sosyalleşme Fırsatı	,50**								
Beceri Geliştirme	,73**	,54**							
Arkadaş Bağı	,43**	,71**	,66**						
Kurma									
Oyun Bilgisi	,67**	,54**	,84**	,69**					
Beceri	,68**	,50**	,85**	,59**	,79**				
Değerlendirme									
Eğlenceli Yapı	,68**	,49**	,72**	,44**	,68**	,74**			
Dramatik Yapı	,67**	,40**	,67**	,40**	,68**	,69**	,75**		
Rekabet Heyecanı	,68**	,49**	,67**	,46**	,66**	,68**	,86**	,78**	
Dolaylı Duygu	,53**	,49**	,59**	,52**	,59**	,67**	,69**	,56**	,68**

Ayrışma geçerliliği için espor izleyici motivasyonu ölçeğinin faktörleri arasındaki korelasyon değerleri incelenmiştir. Analiz sonucuna göre faktörler arasındaki ilişkilerin anlamlı ve bütün korelasyon katsayılarının 0.850'in altında olduğu gözlemlenmiştir. Tablo 4' de yapılar arasındaki korelasyon değerleri gösterilmektedir.

Geçerlik analizlerinden sonra iç tutarlılık güvenilirliği için Cronbach Alpha (α) katsayısı hesaplanmıştır. Analiz sonucuna göre, bütün faktörlerin α katsayısı 0.80 ve 0.94 arasında değişmektedir (Tablo 3). Elde edilen sonuç neticesinde, ölçümün güvenilirliğinin yüksek olduğunu ifade edilebilir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada Espor İzleyici Motivasyonu Ölçeği' nin Türkçe formunun geçerlik ve güvenilirliğinin test edilmesi amaçlanmıştır. Ölçme aracını geliştirilen yazarlardan izin alındıktan sonra dil uzmanlarından ve araştırmacılardan oluşan çalışma grubu çeviri-geri çeviri tekniğini kullanarak ölçme aracındaki ifadeleri Türkçe' ye uygun hale getirmişlerdir. Daha sonra online espor yayınlarını izleyen izleyicilerden veri toplanmıştır. Ölçme aracının yapı geçerliği yakınsak ve ayrışma geçerliği ile değerlendirilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen uyum indeksleri, yakınsak geçerlik kapsamında faktör yükleri, CR ve AVE değerleri, ayrışma geçerliği kapsamında ise faktörler arası korelasyon değerleri incelenmiştir. Güvenirlik için ise Cronbach Alpha katsayısı hesaplanmıştır.

Ölçeğin Türkçe uyarlaması için gerçekleştirilen faktör analizinden elde edilen sonuçlar Qian et al. (2020a)' nin geliştirdiği orijinal ölçek ile karşılaştırıldığında 10 faktörlü ve 45 madde orijinal yapıyı desteklemektedir. Qian et al. (2020a)'nin çalışmasında model uyum indekslerinin iyi uyum ($\chi^2 = 1652.05$, $p < .001$, $\chi^2/df = 1.84$, $RMSEA = .036$, $SRMR = .049$, $CFI = 0.95$), bizim yaptığımız çalışmada ise iyi ve kabul edilebilir uyum sınırları içinde olduğu gözlemlenmiştir. Elde edilen değerlerin, ölçme aracının Türk dili ve kültürü için yeterli uyuma sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, bu çalışma için elde edilen iç tutarlılık değerlerinin alt boyutlar için 0.80 ve 0.94 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Bu sonuca göre ölçme aracının orijinalinde olduğu gibi güvenilirlik kriterini sağladığı ifade edilebilir.

Daha önce espor izleyicilerinin motivasyonlarına odaklanan araştırmalardan (Hamari & Sjöblom, 2017; Lee et al., 2014; Pizzo et al., 2018) farklı olarak, bu çalışma sonuçları rekabetçi yapıyı, sosyalleşme fırsatlarını, beceri geliştirmeyi, arkadaş bağı kurmayı, oyun bilgisini, beceri değerlendirmeyi, eğlenceli yapıyı, dramatik yapıyı, rekabet heyecanını ve dolaylı duyguyu Türk espor izleyicilerinin motivasyon kaynakları olarak doğrularak literatüre katkı sağlamaktadır. Ayrıca, orijinal çalışma, daha önceki espor izleyicilerinin motivasyonlarını inceleyen araştırmalardan farklı olarak beceri geliştirme ve dolaylı duyguyu farklı motivasyon kaynakları olarak tanımlamıştır. Bu özelliği ile orijinal ölçme aracının espor izleyicilerinin motivasyonlarını daha kapsamlı bir şekilde değerlendirebileceği ifade edilmiştir. Bizim çalışmamızda orijinal ölçekteki 10 faktörlü 45 maddeli yapıyı doğrularak, Türk espor izleyicileri için diğer faktörlerle birlikte beceri geliştirme ve dolaylı duyguyu espor izleyicilerinin motivasyon kaynağı olarak doğrularak literatüre katkı sağlamaktadır.

Ülkemizde çevrimiçi espor yayınları ve etkinliklerinin sayısı giderek yaygınlaşmakta ve çevrimiçi espor izleyici sayısı her geçen gün artmaktadır (Markov, 2022). Organizatörler, yayıncılar ve espor endüstrisindeki ilgili paydaşlar bu etkinlikleri kendi platformlarından ya da Twitch, Amozon, Facebook vb. şirketlerle yayın hakkı anlaşması yaparak, yayınlamakta ve gelirlerini arttırmaya çalışmaktadır. Bu anlamda bu araştırmada Türkçe uyarlaması yapılan Espor İzleyici Motivasyonu Ölçeği, ülkemizdeki çevrimiçi espor izleyicilerinin davranışlarını anlaşılması ve çevrimiçi yayın konusunda stratejilerin geliştirilmesinde, yayıncıların ve organizatörlerin ihtiyaç duyduğu verilerin elde edilmesinde yardımcı olabilir. Sonuç olarak araştırma kapsamında geçerliği ve güvenilirliği test edilen espor İzleyicileri Motivasyon Ölçeği 'nin Türkçe literatürde önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

Sınırlılıklar ve Gelecek Araştırmalar

Bu araştırmada elde edilen sonuçların literatüre katkı sağlaması ve uygulayıcılara yönelik çıkarımlarda bulunmasına rağmen, diğer araştırmalarda olduğu gibi bazı sınırlılıkları söz konusudur. Öncelikle araştırma verileri sınırlı sayıda katılımcıdan elde edilmiştir. Literatürde örneklem sayısını belirlenmesinde, ölçme aracındaki madde sayısının üç (Catell, 1978) veya on katı (Nunnally, 1978) oranında katılımcıdan veri toplanması önerilmektedir. Her ne kadar ihtiyaç duyulan veri miktarı konusunda madde sayısının üç katı önermesi sağlanmış olsa da gelecekteki araştırmalarda daha fazla veri toplanarak, analizler gerçekleştirilebilir. İkinci olarak, araştırmada veriler sadece belir bir zaman aralığında ve uygun örnekleme yöntemi ile seçilen katılımcılardan elde edilmiştir. Dolayısıyla bu durum elde edilen sonuçların espor izleyicilerinden oluşan evrene yönelik genelleştirilmesinin önünde bir kısıtlılık oluşturmaktadır. Gelecekteki araştırmaların, evreni oluşturan her bireyin araştırma örnekleminde yer alma şansını arttıracak örnekleme yöntemlerinden yararlanılarak yürütülmesi önerilmektedir. Son olarak, bu araştırmada orijinal ölçekte kavramlaştırılan ve mevcut araştırma kapsamında doğrulanan boyutlar espor izleme motivasyon kaynakları olarak tanımlanmıştır. Bu faktörlerin dışında espor izleme motivasyonu olarak farklı boyutlarda söz konusu olabilir. Dolayısıyla, gelecekteki araştırmaların olası motivasyon kaynaklarına odaklanması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Banville, D., Desrosiers, P., ve Genet-Volet, Y. (2000). Translating Questionnaires and Inventories Using a Crosscultural Translation Technique. *Journal of Teaching in Physical Education*, Vol. 22 No. 3, pp. 374-387.
- Brown, K. A., Billings, A. C., Murphy, B. ve Pusan, L. (2018). Intersections of Fandom in the Age of Interactive Media: eSports Fandom as a Predictor of Traditional Sport Fandom. *Communication ve Sport*, 6(4), 418-435.
- Browne, M. W. ve Cudeck, R. (1993). Alternative Ways of Assessing Model Fit. In K. A. Bollen and J. S. Long (Eds.), *Testing Structural Equation Models* (pp. 136-162). Newbury Park, CA: Sage.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming*. New York: Routledge.
- Cattell, R. (1978). *The scientific use of factor analysis*. New York: Plenum.
- Etikan, I., Musa, S. A., ve Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Gorsuch, R. L. (1983). *Factor analysis* (2. Baskı). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Educational International.
- Hair J. F, Black W. C, Babin, B. J, Anderson R E (2013). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective. 7th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson; 2013.*
- Hamari, J. ve Sjöblom, M. (2017). What is eSports and Why Do People Watch It? *Internet Research*, 27(2), 211-232.

- IESF (International Esport Federation). “*Esport*”. <https://iesf.org/esports>. Erişim tarihi: 15.12.2021.
- Kartal, M. (2020). *Küreselleşme Bağlamında Türkiye’de E-spor*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Kline, P. (1994). *An easy guide to factor analysis*. New York: Routledge.
- Kline, R. B. (2011). Convergence of Structural Equation Modeling and Multilevel Modeling. *The SAGE Handbook of Innovation in Social Research Methods*, 562-589.
- Lee, J. Y., An, J. W. ve Lee, S. W. (2014). Factors Affecting eSports Audience Satisfaction: The Case of League of Legends. *Journal of Korea Game Society*, 14(3), 35–46.
- Markov R. (2022). *Most Popular Tournaments in Turkey in November 2022*. <https://escharts.com/news/most-popular-tournaments-turkey-november-2022>.
- Norman, G. R. ve Streiner, D. L. (2003). *PDQ Statistics*. PMPH USA.
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric theory* (2. Baskı). New York: McGraw-Hill.
- Peng, Q., Dickson, G., Scelles, N., Grix, J. ve Brannagan, P. M. (2020). Esports Governance: Exploring Stakeholder Dynamics. *Sustainability*, 12(19), 8270.
- Pizzo, A. D., Na, S., Baker, B. J., Lee, M. A., Kim, D. ve Funk, D. C. (2018). eSport vs. Sport: A Comparison of Spectator Motives”. *Sport Marketing Quarterly*, 27(2), 108-123.
- Rietz, J. ve Hallmann, K. (2022). A Systematic Review on Spectator Behavior in Esports: Why Do People Watch? *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 24(1), 38-55.
- Qian, T. Y., Wang, J. J., Zhang, J. J., ve Lu, L. Z. (2020a). It Is in the Game: Dimensions of Esports Online Spectator Motivation and Development of a Scale. *European Sport Management Quarterly*, 20(4), 458-479.
- Qian, T.Y., Wang, J.J., Zhang, J.J., Lu, L.Z. (2020b). It is in the game: dimensions of esports online spectator motivation and development of a scale”, *European Sport Management Quarterly*, 20(4), 458-479.
- Scholz, T. M. (2020). Deciphering the World of eSports. *International Journal on Media Management*, 22(1), 1-12.
- Scholz, T. M., ve Barlow. (2019). *eSports is Business* (Vol. 15). Springer International Publishing.
- Xiao, M. (2020). Factors Influencing eSports Viewership: An Approach Based on the Theory of Reasoned Action. *Communication ve Sport*, 8(1), 92-122.