



Spor video oyunları oyuncu deneyimi ölçeğinin Türkçe uyarlaması

Bariş MİRGAN¹  Cemal ÖZMAN²  Mehmet KARGÜN¹  Neslişah AKTAŞ ÜSTÜN³ 

¹Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü

²Bartın Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü

³Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Beden Eğitimi ve Spor Bölümü

Araştırma Makalesi/Research Article

DOI:10.5281/zenodo.7989075

Gönderi Tarihi/Received:

Kabul Tarih/Accepted:

Online Yayın Tarihi/Published:

17.11.2022

20.04.2023

20.06.2023

Özet

Bu araştırmada, spor video oyunlarında oyuncu deneyimini ölçmek amacıyla geliştirilen ölçeğin Türkçeye uyarlamasını yapmayı amaçlamaktadır. Ölçek spor video oyunlarında oyuncuların oyun deneyimini 6 alt boyut üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın araştırma grubunu aktif olarak spor video oyunlarını oynayan bireyler oluşturmuştur. Bu doğrultuda araştırma grubu 244'ü erkek (%97,6) ve 6'sı kadın (%2,40) olmak üzere toplam 250 kişiden oluşmaktadır. Araştırma grubundan elde edilen verilerin istatistiksel işlemlerinin uygulanmasında IBM SPSS 25.0 paket programı ile LISREL programından faydalanılmıştır. Ölçeğin geçerlik ve güvenilirliğinin test edilmesi için madde analizi, güvenilirlik analizi, madde toplam korelasyon analizi, madde ayırt edicilik analizi ve açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçek ve alt boyutları için DFA yapılmış, uyum indeksleri, AVE-CR ve güvenilirlik değerlerine bakılmıştır. Elde edilen bulgulara bakıldığında $\chi^2/df=2,101$, CFI=0,99, GFI=0,93, AGFI=0,91, NNFI=0,99, NFI=0,98, RMR=0,063, SRMR=0,038 olarak tespit edilmiştir. Uyum indekslerinin ölçeğin Türkçe uyarlamasının kabul edilen sınırlar arasında olduğunu göstermektedir. Ölçeğin Türkçe formunda yer alan alt boyutların Cronbach's Alpha ve CR değerleri 0,82 ile 0,96 arasında dağılım göstermektedir. Ayrıca AVE değerleri 0,63 ile 0,86 arasında dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Sonuç spor video oyunları oyuncu deneyimi ölçeğinin Türkçe formu 21 madde ve 6 alt boyuttan oluşturulmuş geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Video spor, Oyuncu, Oyuncu deneyimi

The Turkish adaptation of the gamer experience scale in the sports video games

Abstract

This study aims to adapt the scale developed to measure player experience in sports video games into Turkish. The scale aims at examining the gaming experience of gamers in sports video games through 6 sub-dimensions. The participants of the research consist of individuals who actively play sports video games. Accordingly, the research group consists of a total of 250 people, 244 of them are men (97.6%) and 6 of them are women (2.40%). IBM SPSS 25.0 package program and LISREL program were used in the statistical operations of the data obtained from the research group. To test the validity and reliability of the scale, item analysis, reliability analysis, item-total correlation analysis, item discrimination analysis and explanatory factor analysis were performed. Confirmatory factor analysis was performed for the scale and its sub-dimensions, fit indices, AVE-CR and reliability values were examined. Considering the findings, it was determined that $\chi^2/df=2.101$, CFI= 0.99, GFI=0.93, AGFI=0.91, NNFI=0.99, NFI= 0.98, RMR=0.063, SRMR= 0.038. The fit indices show that the Turkish version of the scale is within the accepted limits. Cronbach's Alpha and CR values of the sub-dimensions in the Turkish version of the scale range between 0.82 and 0.96. In addition, it was detected that the AVE values ranged between 0.63 and 0.86. As a result, it has been determined that the Turkish version of the gamer experience in sports video games scale is a valid and reliable measurement tool consisting of 21 items and 6 sub-dimensions.

Keywords: Video sports, Gamer, Gamer experience

Sorumlu Yazar/ Corresponded Author: Bariş MİRGAN, E-posta/e-mail: mergan@gop.edu.tr

The Extended English Abstract is located the end of the Article.

GİRİŞ

Video spor oyunları, ‘spor mu, spor değil mi?’ tartışmaları yaşanırken, rekabetçi video spor oyunlarının popüler kültüre dâhil olması gözlenirken, bu durum tüketiciler başta olmak üzere, küresel yatırımcılar, markalar ve medya kuruluşlarının dikkatini çekmektedir. Video spor izleyicileri 2021’e göre %11,5 artışla 2022’de aylık 29,6 milyon spor video oyunları izleyici sayısına ulaşmıştır. Spor video oyun endüstrisinin popüler kültürü, video spor yatırımları ve gelirlerindeki patlamalar video sporun güçlenmesine yardımcı olmaktadır. Video spor, büyük ölçüde canlı akış ve oyunun sosyal bileşeni nedeniyle oyuncular ve takımlarla doğrudan bağlantı sağlamakta ve bu durumda e-sporun gelişmesinde önemli rol oynamaktadır (www.insiderintelligence.com). Sadece online platformlar değil, bunun yanında fiziksel olarak gerçekleştirilen etkinliklerle de adından söz ettirmektedir (Vegara-Ferri ve ark., 2020; Yıldırım & Tamer, 2022). Yaklaşık 138 milyar dolarlık hacmi ile video spor, küresel oyun endüstrisinin hemen hemen %10’luk bir payına denk gelmektedir (Kartal, 2020).

Spor ve yarış oyunlarının son zamanlarda daha çok popüler olması, ticari ortamdan bulunan pazarlamacıların ilgisini çekmiştir (Cianfrone ve ark., 2008; Clavio ve ark., 2009). Video spor oyuncuların çoğunluğunun 18 ila 35 yaşları arasındaki erkekler olduğu göz önüne alındığında, bu gruptaki kişileri hedefleyen endüstriler özellikle video sporla ilgilenenlere ulaşmak için bu alandan yararlanmak istemektedirler (Kim ve ark., 2008).

Video spor oyunları özelinde diğer oyun türlerinden farklı olduğu söylenebilir. Dünyada bu oyunların bir spor dalı olmadığını savunan görüşler bulunmaktadır (Witkowski, 2012). Video oyunları ile gerçek sporlar kıyaslandığında video oyunları sanal bir ortamda kısmı fiziksel bir hareket ile konsol ve ekipmanlar yardımıyla oynanmaktadır (Gül ve ark., 2019; Uzun ve ark., 2022). Bu yüzden video oyunlar gerçek oyunlar ile ayrılmaktadır. Hal böyle olunca video oyunları her geçen gün ilgiyi daha fazla üzerinde toplamaktadır. Buradan hareketle video spor oyunları oynamak, bir tür hedonik tüketim davranışıdır (Kim & Ross, 2006; Kwak ve ark., 2010). Hedonik tüketim, alışverişin mutluluk ve haz sağlayan bir olay olarak tanımlandığı bir tüketim şeklidir (Aytekin & Ay, 2015). Video spor oyunlarının gerçekçi ve etkileşimli özellikleri, oyuncuların oyuna dahil olmalarını sağlamaktadır (Kwak ve ark., 2010; Lee ve ark., 2013). Bu nedenle, oyuncuların video spor oyunları oynarken olumlu duygular hissetmektedirler.

Böylesine büyük ekonomik paya sahip olan ve çok sayıda taraftar ve oyuncu kitlesine ulaşan video sporda oyuncu deneyimini ölçmek son derece önemlidir. Çünkü birçok şirket

video spora yatırım yaparken ve sponsor olurken, bunun karşılığında ekonomik olarak bir geri dönüş beklemektedir (Leng & Pyun, 2018). Bu bağlamda oyuncu deneyimi son derece önemlidir.

Genel anlamda tasarım, oyun ve oyuncunun birbirine bağlı olduğu, bahsedilen bu üç kavramın arasında var olan etkileşim, oyuncu deneyimi ve oynanabilirlik ifadelerinin değerlendirilmesi gerektiği öngörülmüştür. Oyuncu deneyimi kavramı oyuncu üzerine odaklanmaktadır ve bu kavram oynama olayının iyi duruma getirilmesi için ele alındığı görülmektedir (Nacke ve ark., 2009; Akkemik & Timur, 2019).

Oyuncu deneyimini ölçmek için geliştirilmiş çeşitli ölçekler olmasına rağmen, bunların belirli video spor oyunları türünde kullanılmak üzere geliştirilmediği görülmektedir. Video spor oyun türlerinin diğer oyunlardan farklı olabileceği dikkate alındığında, video spor oyunlarında oyuncu deneyimini ölçmek için bir ölçek geliştirilmesi gerekmektedir. Daha da önemlisi, oyun içi reklamların kullanıldığı pazarlama stratejilerinin etkinliği ile oyuncu deneyimleri arasında ilişki kuran son çalışmalara dikkat çekilerek, bu ölçeğin geliştirilmesi bu alandaki çalışmaların yaygınlaştırılmasında faydalı olacaktır (Leng & Pyun, 2018).

Bu araştırma daha önceki oyuncu deneyimi ölçümlerine dayalı olarak oyuncuların video spor oyun deneyimlerini ölçmek için geliştirilen Spor Video Oyunları Oyuncu Deneyimi ölçeğini Türkçeye uyarlamayı amaçlamaktadır.

YÖNTEM

Araştırma grubu (evren-örneklem)

Ölçek geliştirme ve uyarlama çalışmalarında araştırma grubu belirlenirken benimsenen farklı uygulamalar mevcuttur. (Hair ve ark., 2010; Aksu ve ark., 2017) madde sayısının en az 5 katı olmasının yeterli olacağını, Catell (1978) ölçekte yer alan toplam madde sayısının 3-6 katı kadar olmasının yeterli olacağını söylerken, Nunnally (1978) ise ölçekte yer alan toplam madde sayısının en az 10 katı katılımcıya ulaşılması gerektiğini belirtmiştir. Araştırmacıların önerileri doğrultusunda mevcut araştırma kapsamında 250 katılımcıya ulaşılarak araştırma grubu oluşturulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	n	%
Erkek	244	97,60
Kadın	6	2,40
Eğitim Durumu	n	%
Lise	83	33,20
Ön lisans	47	18,80
Lisans	93	37,20
Lisansüstü	27	10,80
Toplam	250	100,00
Değişken	Ort.	s.s.
Yaş	24,13	7,46
Spor video oyunları ilgilenme süresi (yıl)	6,34	5,20
Spor video oyunlarına harcanan günlük süre (saat)	5,04	3,23

Çalışmaya dahil olan katılımcıların %97,6'sının erkek, %2,40'ının kadın, %33,2'sinin lise, %18,80'inin ön lisans, %37,20'sinin lisans ve %10,8'inin lisansüstü mezunu olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların yaş ortalamasının 24,13±7,46, e sporla ilgilenme süresilerinin ortalamasının 6,34±5,20 yıl ve günde ortalama 5,04±3,23 saat video oyunlarına ayırdıkları belirlenmiştir.

Veri toplama araçları

Araştırma kapsamında Türkçeye uyarlaması yapılacak olan ölçek Leng ve Pyun (2018) tarafından geliştirilen Spor Video Oyunlarda Oyuncu Deneyimi Ölçeğidir. Orijinal ölçek toplam 6 alt boyuttan ve 21 sorudan oluşmaktadır. Ölçek modelinin uyum değerlerinin (χ^2 (174) = 560,81, RMSEA = 0,0988, IFI = 0,92, CFI = 0,92) yeterli olduğu belirtilmiştir (Leng & Pyun, 2018).

Çeviri süreci

Spor video oyunları oyuncu deneyimi ölçeğinin Türkçeye uyarlanmasında, Brislin (1986) ile Beaton ve arkadaşları (2000) tarafından önerilen çeviri aşamaları benimsenerek standart çeviri-geri çeviri prosedürü izlenmiştir. İlk aşamada, anadili Türkçe olan, iyi derece İngilizce bilen ve spor bilimleri alanında uzman kabul edilen iki, anadili Türkçe olan ve İngilizce dil bilimi alanından iki kişi olmak kaydıyla toplam dört kişi, kaynak dil olan İngilizceden istenen dil olan Türkçeye ölçeğin çevirisini yapmıştır. İkinci aşamada, elde edilen dört farklı çeviriden benzer ve farklı çevirilerin yer aldığı bir form oluşturulmuştur. Benzer ve farklı çevirilerin olduğu bu form, spor psikolojisi alanında uzman ve iyi derecede İngilizce bilen üç öğretim üyesine gönderilerek İngilizce orijinalini en iyi şekilde temsil eden Türkçe çevirinin seçilmesi istenmiştir. Üçüncü aşamada, uzmanların önerisi doğrultusunda ortak veya farklı olarak belirlenen maddeler, Türkçeden İngilizce'ye geri çevirisinin yapılması için iki farklı yabancı dil uzmanına gönderilmiştir. Çeviri sürecinin son aşamasında ise; anadili Türkçe olan, iyi

derecede İngilizce bilen, ölçme araçları uyarlama konusunda deneyimli bir uzman, ilk üç aşamadaki tüm çeviriler, uzman görüşleri ve geri-çevirileri ayrıntılı olarak incelemiştir. Gerçekleştirilen bu son aşamada, orijinal dildeki maddeleri en iyi ifade eden Türkçe çeviriler belirlenerek ölçek maddelerine son hali verilmiştir.

Verilerin toplanması/işlem yolu

Araştırma kapsamında ilk olarak ölçeğin orijinal forumunun kullanılması için sorumlu yazar ile e-mail aracılığıyla iletişime geçip gerekli izin alınmıştır. Uyarlanması planlanan ölçeğin çeviri çalışmaları sonuçlandıktan sonra ölçekte yer alan sorular demografik bilgiler ile birlikte Google formlar üzerinden şekillendirilmiştir. Daha sonra E-spor oyuncularına mail üzerinden gönderilmiştir.

Verilerin analizi

Araştırmada elde edilen veriler %95 güven düzeyinde SPSS ve LISREL programları ile analiz edilmiştir. Ölçeklerin geçerlik ve güvenilirliklerinin belirlenmesi için sırası ile; “Madde Analizi”, “Güvenirlik Analizi”, “Madde Toplam Korelasyon Analizi”, “Madde Ayırt Edicilik Analizi” ve “Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)” yapılmıştır. Daha sonra ölçek ve alt boyutlarının “Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)” yapılmış, uyum indeksleri ve AVE-CR ve Güvenirlik değerlerine bakılmıştır. Araştırma kapsamında katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenmesi için “Frekans Analizleri” ve “Betimleyici Analizler” yapılmıştır.

BULGULAR

Spor video oyunlarında oyuncu deneyimi ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirliği belirlemek için elde edilen veriler doğrultusunda ölçeğin geçerlilik güvenilirliğine ait sonuçlar aşağıda verilmiştir. İlk olarak ölçeğe dair madde analizi sonuçları Tablo 2’de sunulmuştur. Ölçekteki her madde için kendisi dışındaki maddelerle olan korelasyonun 0,30’un altında bir değerde saptanmış olması gerekmektedir (Büyüköztürk, 2009).

Tablo 2. Spor video oyunlarında oyuncu deneyimi ölçeğine ilişkin madde istatistikleri

Madde No	Madde Silme Ölçek Ortalaması	Madde Silme Ölçek Varyansı	Madde-Ölçek İlişkisi	Madde silindiğinde Cronbach's Alpha değeri
1	67,280	302,109	0,769	0,939
2	67,020	313,630	0,562	0,942
3	67,073	311,048	0,607	0,942
4	66,500	308,198	0,751	0,940
5	66,467	311,808	0,649	0,941
6	66,493	313,674	0,575	0,942
7	66,660	310,266	0,578	0,942
8	66,400	304,846	0,747	0,939
9	66,867	305,566	0,632	0,941
10	66,593	301,209	0,756	0,939
11	67,127	308,756	0,657	0,941
12	67,453	308,102	0,554	0,943
13	67,433	308,395	0,583	0,942
14	66,253	304,700	0,791	0,939
15	66,240	304,573	0,758	0,939
16	66,247	307,945	0,709	0,940
17	66,260	304,610	0,783	0,939
18	67,127	308,729	0,613	0,941
19	67,407	311,048	0,528	0,943
20	67,513	307,352	0,564	0,942
21	67,587	303,023	0,570	0,943

Cronbach's Alpha = 0,94

Tablo 2'de ölçekteki yeni madde yapısına göre bir maddenin diğer maddelerle olan ilişkisi 0,45'in altında olmaması nedeniyle ölçekten madde çıkarımına gerek kalmamıştır (Büyüköztürk, 2009). Ölçeğin iç tutarlılığını belirlemek için Cronbach's Alpha güvenilirlik analizi değerlerine bakılmış ve ölçeğin güvenilirlik seviyesinin 0,94 olduğu belirlenmiş olup bu değer yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3. Spor video oyunlarında oyuncu deneyimi ölçeğinin maddeleri ile ölçek toplam korelasyonu değerleri

Madde No	r	p
1	0,797	0,000**
2	0,605	0,000**
3	0,647	0,000**
4	0,776	0,000**
5	0,683	0,000**
6	0,616	0,000**
7	0,624	0,000**
8	0,776	0,000**
9	0,676	0,000**
10	0,786	0,000**
11	0,694	0,000**
12	0,607	0,000**
13	0,631	0,000**
14	0,814	0,000**
15	0,785	0,000**
16	0,740	0,000**
17	0,807	0,000**
18	0,655	0,000**
19	0,580	0,000**
20	0,617	0,000**
21	0,628	0,000**
**p<0.01		

Madde-toplam ilişki değerlerine bakıldığı zaman ölçekte yer alan tüm madde değerlerini 0,30'un üstünde olduğu için maddelerin ölçme gücünün istenilen düzeyde olduğu tespit edilmiş Tablo 3'e bakıldığında, ölçekte yer alan maddeler ile ölçekten elde edilen toplam puan arasındaki ilişkinin 0,580-0,814 değerleri arasında yer aldığı ve bu ilişkilerin istatistikî analizler sonucunda anlamlı olduğu görülmektedir ($p<0,01$). Bu sonuçlar dikkate alındığında maddelerin birbirleri ile olan ilişkisinde bir problem olmadığı açıkça görülmektedir.

Geçerlilik değerli için ilk olarak AFA yapılmıştır. AFA'nın ön koşulları arasında yer almakta olan değişkenler arasındaki ilişkinin varlığı ve veri yapısının faktör analizi yapılabilmesi yeterliliğine karar verebilmek hedefiyle KMO, Bartlett Küresellik testleri istatistik analizleri yapılmıştır (Tabachnick & Fidel, 2014).

Tablo 4. Spor video oyunlarında oyuncu deneyimi ölçeğine ait KMO ve BARLETT analizi

KMO	0,910
Bartlett	Ki-kare Değeri (x^2) 3333,927
	Serbestlik Derecesi (df) 210
	Anlamlılık Değeri (p) 0,000

Tablo 4'de KMO değerinin 0,60'tan büyük ve Bartlett küresellik analizi istatistikî açıdan %99 güven seviyesinde anlamlı olarak tespit edildiğinden ötürü ($p<0,01$), çalışmanın örneklem sayısının AFA'ya uygunluğunun yeterli seviyede olduğunun yanı sıra verilerin istatistikî olarak çok değişkenli normal dağılımdan gelmiş olduğunu ortaya koymaktadır (Kan ve Akbaş, 2005).

Tablo 5: Spor video oyunlarında oyuncu deneyimi ölçeğinin öz değerleri ve açıkladıkları varyans düzeyleri

Faktörler	Başlangıç Öz değerleri			(Dik Döndürme) Sonrası Yüklerin Kareler Toplamı		
	Toplam	Varyans%	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	10,288	48,991	48,991	3,781	18,005	18,005
2	2,930	13,952	62,944	3,543	16,873	34,878
3	1,883	8,965	71,909	3,543	16,870	51,747
4	1,374	6,541	78,450	2,906	13,840	65,588
5	0,983	4,682	83,132	2,495	11,882	77,469
6	0,782	3,723	86,855	1,971	9,386	86,855

Ölçeğin tek faktör dışında birden fazla faktörlü bir yapı sergilediği için, ölçek maddelerin hangi faktör altında olacağına daha doğru karar verilmesi için döndürme tekniklerinden varimax (90 derecelik açı ile) dik döndürme tekniğine başvurulmuştur. Tablo 5 incelendiğinde uyarlanan ölçeğin öz değerleri 1'in üzerinde altı faktörlü bir yapıda olduğu belirlenmiştir. Bu 6 faktör tamamı ölçeğin %86,855'ini açıkladığı görülmektedir. Açıklanan varyans değerinin %40-%60 aralığında olması bilim insanları tarafından kabul görmektedir (Scherer ve ark., 1988).

Tablo 6. Spor video oyunlarında oyuncu deneyimi ölçeği maddelerine ait faktör yük değerleri

Maddeler	Faktörler					
	1	2	3	4	5	6
19- Oyunun birçok yönünden rahatsız oldum.	0,904					
18- Oyun sinir bozucuydu.	0,908					
21- Oyun tam bir hayal kırıklığıydı.	0,913					
20- Oyun çok sıkıcıydı.	0,935					
5- Ben bu oyunda başarılıyım.		0,795				
7- Oyunun sonunda, başarı duygusu hissettim.		0,797				
4- Ben bu oyunda becerikliyim.		0,809				
6- Oyundaki başarılarımdan gurur duyuyorum.		0,822				
16- Bu iyi bir oyun.			0,769			
17- Bu oyunu oynamak keyifli bir deneyimdi.			0,775			
14- Oyun eğlenceliydi.			0,793			
15- Oyundan zevk aldım.			0,824			
11- Oyun çok gerçekçi.				0,883		
13- Oyun sona erdiğinde gerçek dünyaya döndüğümü hissettim.				0,900		
12- Kendimi gerçek bir oyun karakteri gibi hissediyorum.				0,922		
1- Oyun oynarken zorlandığımı hissettim.					0,757	
3- Bu oyunu oynamak yeteneklerimin sınırlarını zorluyor.					0,799	
2- Bu oyun benim elimden gelenin en iyisini yapmamı gerektirir.					0,861	
8- Oyuna tamamen dikkatimi verdiğimi hissettim.						0,609
10- Bu oyunu oynarken zamanın nasıl geçtiğini anlamadım.						0,696
9- Bir süre için etrafımdaki her şeyi unuttum.						0,806
Güvenirlilik Düzeyleri	0,958	0,910	0,957	0,953	0,897	0,884

Ölçekte yer alan bir maddenin çıkartılıp çıkartılmamasına karar vermek amacıyla faktör yükünün 0,45 üzerinde bir değer olması göz önünde tutulmuştur (Büyüköztürk, 2009). Faktör

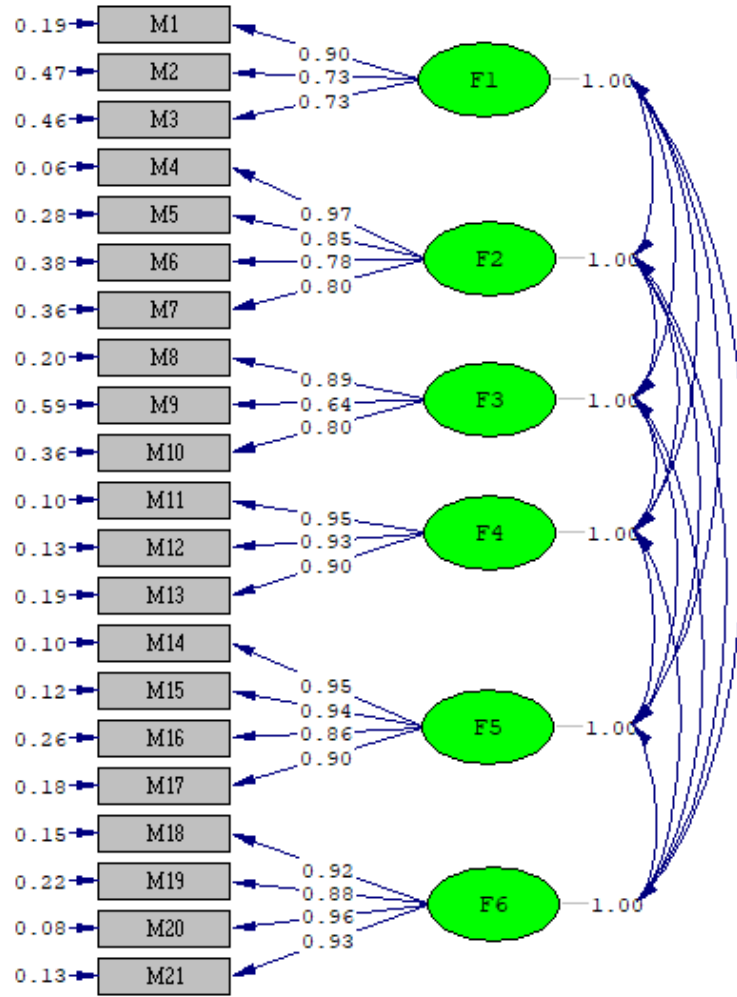
yük değerlerinin tüm faktörlerde 0.45'in üzerinde olduğu belirlenmiştir. Maddenin kararsız kalma durumunu incelemek için maddelerin faktörler arasındaki uzaklığın 0,10'dan büyük olması incelenmiş ve maddelerin faktörler arasındaki uzaklığın 0,10'dan büyük nedeniyle maddelerde herhangi bir kararsızlık durumu olmadığı belirlenmiştir (Büyüköztürk, 2009). Tablo 6'ya göre, faktörler altında toplanan maddeler incelendiğinde faktörlere sırasıyla, "Olumsuz etki", "Yeterlik", "Zevk", "İlgi ve çekicilik", "Meydan okuma" ve "Kendini kaptırma" "adı verilmiş olup her faktörün kendi içindeki iç tutarlık düzeylerine bakıldığında, her faktörün güvenilirlik düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir (Cronbach's Alpha>0.70).

Tablo 7. Maddelerin ayırt ediciliğinin %27'lik alt ve üst gruplara göre test edilmesi

Madde No	t	p
1	11,608	0,000**
2	7,845	0,000**
3	9,457	0,000**
4	12,512	0,000**
5	9,203	0,000**
6	9,270	0,000**
7	8,958	0,000**
8	14,565	0,000**
9	12,953	0,000**
10	17,250	0,000**
11	14,319	0,000**
12	11,871	0,000**
13	11,700	0,000**
14	10,791	0,000**
15	9,352	0,000**
16	9,382	0,000**
17	11,049	0,000**
18	8,435	0,000**
19	7,408	0,000**
20	8,874	0,000**
21	9,647	0,000**

****p<0.01**

Katılımcıların %27'lik alt ve üst gruplarının tespit edilmesi için akut inme yönetimi seviyeleri küçükten büyüğe doğru olacak bir biçimde sıralanmıştır. Sıralanan ölçek düzeylerinin %27'lik kısmına denk gelen en düşük ilk 41 ve en yüksek ilk 41 kişinin değeri incelenmeye alınmıştır. Maddelerin ayırt ediciliğinin belirlenmesinde %27 alt ve üst değerlerinin tüm maddeler için anlamlı olduğu ortaya konmuştur ($p<0.01$) (Tablo 7).



Chi-Square=367.70, df=175, P-value=0.00000, RMSEA=0.066

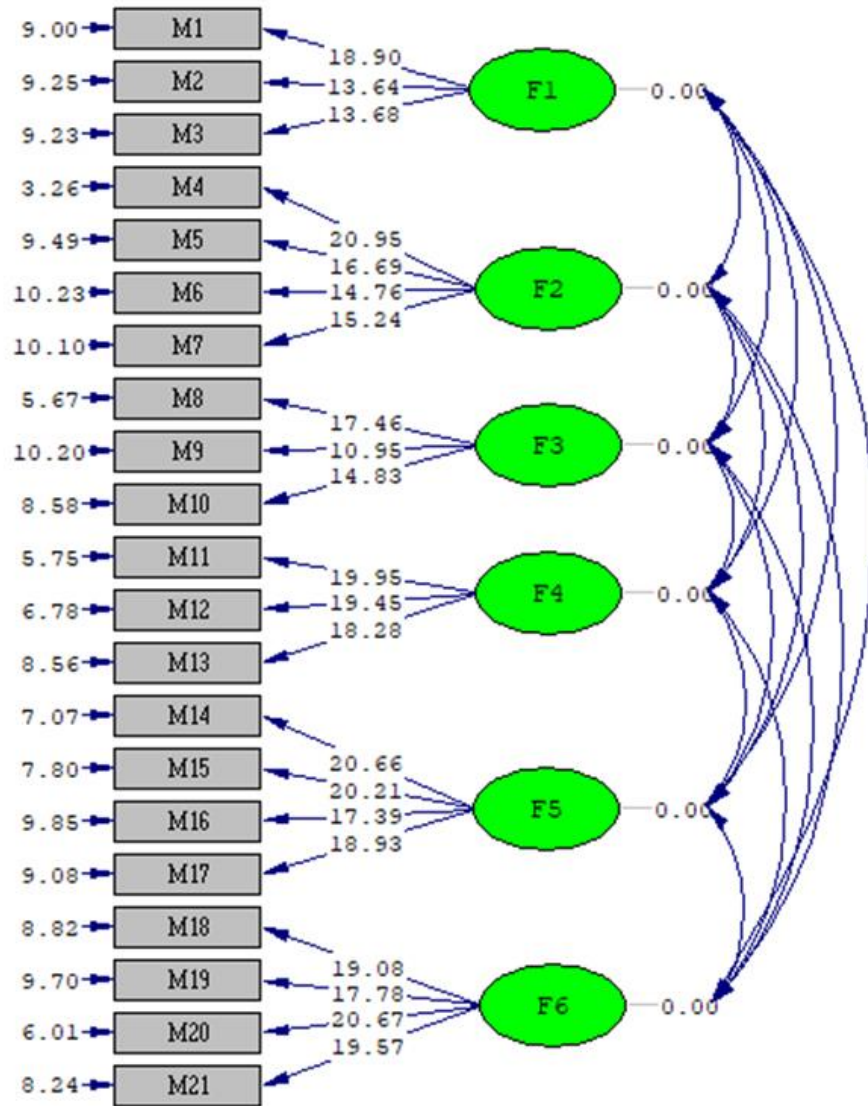
Chi-Square= Ki kare

P-Value= P-Değeri

F1= Meydan okuma, F2= Yeterlik, F3= Kendini kaptırma, F4=İlgi ve çekicilik, F5= Zevk, F6= Olumsuz etki

Şekil 1: Spor video oyunlarında oyuncu deneyimi ölçeğinin dfa sonucuna ait path diyagramı

Şekil 1 incelendiğinde DFA sonucu ölçe ait maddelerin faktör yüklerinin 0.64–0,97 arasında olduğu belirlendiğinden bu değerler kabul edilebilir değerlerdir. Maddeler ile örtük değişkenler arasındaki ilişkilerin istatistiksel anlamlılık düzeyinin ifadesi olan t değerleri $p < ,01$ seviyesinde anlamlı olarak tespit edilmiş ve bütün değerlerin 2,58'den yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.



Chi-Square=367.70, df=175, P-value=0.00000, RMSEA=0.066

Chi-Square= Ki kare

P-Value= P-Değeri

F1= Meydan okuma, F2= Yeterlik, F3= Kendini kaptırma, F4= İlgi ve çekicilik, F5= Zevk, F6= Olumsuz etki

Şekil 2: Spor video oyunlarında oyuncu deneyimi ölçeğinin t değerlerine ait path diyagramı

Tablo 8. Spor video oyunlarında oyuncu deneyimi ölçeği uyum kriterleri bulguları

χ^2/df	RMSEA	CFI	GFI	AGFI	NNFI	NFI	RMR	SRMR
2,101	0,066	0,99	0,93	0,91	0,99	0,98	0,063	0,038

DFA sonucu ortaya çıkan uyum kriterleri değerleri incelendiğinde, χ^2 değerinin df değerine olan oranının 2.101 ile mükemmel uyum düzeyinde, RMSEA değerinin ise 0.066 ile kabul edilebilir uyum düzeyinde olduğu belirlenmiştir. Diğer uyum iyiliği düzeylerinin kabul ve mükemmel uyum aralığına düştüğü belirlenmiştir. Tüm bu sonuçlara göre açıklanan faktör yapısının doğrulandığı belirlenmiştir (Tablo 10).

Tablo 11. Uyarlanan ölçeğin boyutlarına ait güvenilirlik, AVE ve CR değerleri

Faktörler	Cronbach's Alpha	CR	AVE
Meydan okuma	0,89	0,83	0,63
Yeterlik	0,92	0,91	0,73
Kendini kaptırma	0,85	0,82	0,61
İlgi ve çekicilik	0,94	0,95	0,86
Zevk	0,96	0,95	0,83
Olumsuz etki	0,96	0,96	0,85
Genel	0,94		

Ölçüm modelinin güvenilirliği, ortalama açıklanan varyans (AVE) ve birleşik güvenilirlik (CR) değerlerine bakılarak sınanmıştır. Tablo 11'deki CR değeri eşik değer olan 0.70 değerinin üzerinde ve AVE değeri eşik değer olan 0.50 değerinin üzerinde belirlendiğinden ölçüm modelinin güvenilirliği ve yakınsama geçerliliğinin sağlandığı belirlenmiştir. Çalışma sonucunda ölçeğin tüm boyutlarının ve genel güvenilirlik düzeylerinin yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. (Cronbach's aplha > 0.70).

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırma Leng ve Pyun (2018) tarafından geliştirilen Spor Video Oyunlarda Oyuncu Deneyimi Ölçeğinin Türkçeye uyarlamasını yapmayı amaçlamaktadır.

Ölçek tek faktörlü yapı dışında birden fazla faktörlü bir yapıya sahip olduğu için ölçek maddelerin hangi faktör altında olacağına daha doğru karar verilmesi için döndürme tekniklerinden dik döndürme tekniğine başvurulmuştur. Uyarlanan ölçeğin öz değerleri 1'in üzerinde altı faktörlü bir yapıda oluştuğu belirlenmiştir. Bu 6 faktörün tamamı ölçeğin toplam varyansının %86,85'ini açıklamaktadır. Açıklanan varyansın değerinin %40 ile %60 değerleri arasında yer alıyor olması literatüre göre yeterli olarak kabul edilmektedir (Scherer ve ark., 1988). Çok faktörlü ölçeklerde açıklanan toplam varyansın yüksek olması ilgili kavramın iyi ölçüldüğünü gösterir (Büyüköztürk, 2019).

Ölçeğin Türkçe formunun yapı geçerliliğini test etmek amacıyla uygulanan DFA işlemi sonrasında Türkçe forma ait uyum değerleri $\chi^2/df=2,101$, CFI= 0,99, GFI=0,93, AGFI=0,91, NNFI=0,99, NFI= 0,98, RMR=0,063, SRMR= 0,038 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen değerlerin kabul edilebilir sınırlara dahil olması için ki kare/serbestlik derecesinin 0,05'den küçük olması, GFI değerinin 0,85'den büyük olmasının yanı sıra CFI değerinin 0,95'ten büyük olması ve RMSEA değerinin 0.08'den küçük olması lazımdır (Byrne, 2010; Kline, 2011; Sümer, 2000; Hooper ve ark., 2008; MacCallum ve ark., 1996). Hu ve Bentler (1999) CFI değerinin kabul edilebilir sınırlarını 0,95'e yakın olması olarak belirtmiştir. Bilimsel doğrulardan hareketle ölçeğin orijinal formunda yer alan 6 faktörlü yapısını doğruladığı ve kabul edilebilir uyum değerlerini taşıdığı görülmektedir. Ölçeğin orijinal halinin uyum

değerlerine bakıldığında Leng ve Pyun (2018) ($\chi^2 (174) = 560,81$, $RMSEA = 0,098$, $IFI = 0,92$, and $CFI = 0,92$) Türkçe uyarlaması ile birbirine yakın olması araştırma kapsamında elde edilen uyum değerlerini destekler niteliktedir.

Ölçek alt boyutlarına ait Cronbach Alpha iç tutarlık katsayıları ‘Meydan okuma 0,89’, ‘Yeterlik 0,92’, ‘Kendini kaptırma 0,85’, ‘İlgi ve çekicilik 0,94’, ‘Zevk 0,96’, ‘Olumsuz etki 0,96’ ve ‘Genel 0,94’ tespit edilmiştir. Field (2009) güvenilirliğin yorumlanmasında iç tutarlık katsayısının 0,70 ile 0,80 aralığında kabul edilebilir, 0,80 üzerinin ise yüksek düzeyde güvenilir olduğunu belirtmesi spor video oyunlarında oyuncu deneyimi ölçeğinin Türkçe formunun genel ve alt boyutlarının yüksek düzeyde güvenilir olduğunu işaret etmektedir.

Sonuç olarak, araştırma kapsamında elde edilen verilerin analiz sonuçları spor video oyunları oyuncu deneyimini ölçek için uygun olduğunu göstermektedir. Ölçek bu doğrultuda orijinaline uygun olarak 6 alt boyuttan oluşturulmuştur. Ölçek ayrıca 21 sorudan oluşmaktadır. Meydan okuma boyutu 3 madde, yeterlik boyutu 4 madde, kendini kaptırma boyutu 3 madde, ilgi ve çekicilik boyutu 3 madde, zevk boyutu 4 madde ve olumsuz etki boyutu 4 maddeden oluşturulmuştur. Aynı zamanda ölçeğin derecelendirilmesinde likert sayısı 3 ve 4 olduğunda psikometrik yapının zayıfladığı (Preston & Colman, 2000) bu nedenle 5’li likertin daha avantajlı olduğu literatürde yer almaktadır (Krosnick & Fabrigar, 1997) bu doğrultuda ölçek 5’li likert derecelendirme tipinde tasarlanmıştır. Bu araştırmanın farklı spor video oyunları oynayan spor video oyuncularına uygulanmasının yanı sıra spesifik oyun türleri üzerinde çalışılması önerilmektedir.

Öneriler

Araştırma spor video oyunlarının oyun deneyimini ölçmek amacıyla Türkçeye uyarlanmıştır. Uyarlanan ölçek yetişkin oyuncular için uyarlandığından dolayı farklı yaş grupları üzerinde uygulamak isteyen araştırmacıların ölçeği uygulanacak olan yaş grubu üzerinde tekrardan uyarlamasını yapması önerilmektedir. Öte yandan uyarlanan ölçek spor video oyunları kapsamına uyarlanmış olmasından ötürü farklı oyun türleri için ölçeğin uygulanması için tekrar geçerlik ve güvenilirlik çalışmasının yapılması önerilmektedir.

EXTENDED ABSTRACT

INTRODUCTION

While video sports games are being discussed as “sports or not sports?”, competitive video sports games are observed to be included in popular culture, and this situation attracts the attention of global investors, brands and media organizations, especially consumers. Video sports viewers reached 29.6 million monthly viewers of sports video games in 2022, up 11.5% from 2021. The popular culture of the sports video game industry, video sports investments and booms in revenue are helping to strengthen video sports. Video sports provide direct connections with players and teams, largely due to live streaming and the social component of the game, and in this case play an important role in the development of e-sports. Given that the majority of video sports players are men between the ages of 18 and 35, industries targeting this group of people are looking to leverage this space to reach those who are particularly interested in video sports. It is extremely important to measure the player experience in video sports, which has such a large economic share and reaches a large number of fans and players. Because many companies, while investing and sponsoring video sports, expect an economic return in return. In this context, player experience is extremely important. Although there are various scales developed to measure player experience, they do not appear to have been developed for use in certain types of video sports games. Considering that video sports game genres may differ from other games, it is necessary to develop a scale to measure player experience in video sports games. More importantly, the development of this scale by drawing attention to the recent studies that relate the effectiveness of marketing strategies using in-game advertisements and player experiences will be beneficial in disseminating studies in this area. The aim of this research is to try to adapt the scale developed to measure video sports game experiences of players based on previous player experience measurements into Turkish.

METHOD

The study, which aims to adapt the sports video games player experience scale to Turkish, was designed by adopting the general screening model, one of the quantitative research methods. There are different practices adopted while determining the research group in scale development and adaptation studies. Hair et al.,2010; Aksu et al., 2017) stated that at least 5 times the number of items would be sufficient, Catell (1978) stated that 3-6 times the total number of items in the scale would be sufficient, while Nunnally (1978) stated that the total number of items in the scale would be at least He stated that 10 times more participants should be reached. In line with the suggestions of the scientists, a research group was formed by reaching 250 participants within the scope of the current research. 97.6% of the participants included in the study were male, 2.40% female, 33.2% high school, 18.80% associate degree, 37.20% undergraduate and 10.8% It was determined that one of them had a postgraduate degree. It has been determined that the average age of the participants is 24.13 ± 7.46 , the average of their interest in e-sports is 6.34 ± 5.20 years, and they spend an average of 5.04 ± 3.23 hours a day on video games. The

scale to be adapted into Turkish within the scope of the research is the Player Experience Scale in Sports Video Games developed by Leng and Pyun (2018). The original scale consists of 6 sub-dimensions and 21 questions. It was stated that the fit values of the scale model ($\chi^2(174) = 560.81$, RMSEA = .0988, IFI = .92, and CFI = .92) were sufficient (Leng & Pyun, 2018). In the adaptation of the sports video games player experience scale to Turkish, the translation steps recommended by Brislin (1986) and Beaton et al. (2000) were adopted and the standard translation-back translation procedure was followed.

RESULTS

As a result, the results of the analysis of the data obtained within the scope of the research show that the sports video games player experience is suitable for the scale. Accordingly, the scale was formed from 6 sub-dimensions in accordance with the original. The scale also consists of 21 questions. The challenge dimension consists of 3 items, the competence dimension consists of 4 items, the immersion dimension consists of 3 items, the interest and attraction dimension consists of 3 items, the pleasure dimension consists of 4 items, and the negative effect dimension consists of 4 items. At the same time, it is stated in the literature that the psychometric structure weakens when the Likert number is 3 and 4 (Preston & Colman, 2000) and therefore the 5-point likert is more advantageous (Krosnick & Fabrigar, 1997). It is suggested that this research should be applied to sports video players playing different sports video games, as well as working on specific game types.

DISCUSSION and CONCLUSION

The data obtained in the study were analyzed with SPSS and LISREL programs at 95% and 99% confidence levels. In order to determine the validity and reliability of the scales, respectively; “Item Analysis”, “Reliability Analysis”, “Item Total Correlation Analysis”, “Item Discrimination Analysis” and “Explanatory Factor Analysis (EFA)” were performed. Afterwards, “Confirmatory Factor Analysis (CFA)” of the scale and its sub-dimensions was performed, and the fit indices, AVE-CR and Reliability values were examined. Within the scope of the research, “Frequency Analysis” and “Descriptive Analysis” were conducted to determine the demographic characteristics of the participants. According to the new item structure in the scale, there was no need to remove items from the scale, since the relationship of an item with other items was not less than 0.30. In order to determine the internal consistency of the scale, Cronbach’s Alpha reliability analysis values were checked and the reliability level of the scale was determined to be 0.94, and this value was determined to be at a high level. Since the scale exhibits a structure with more than one factor other than a single factor, varimax vertical rotation technique, one of the rotation techniques, was used to determine which factor the scale items will be under. When Table 5 is examined, it has been determined that the adapted scale has a six-factor structure with eigenvalues above 1. It is seen that all of these 6 factors explain 86,855% of the scale.

KAYNAKLAR

- Aiken, L. S., & West, S.G. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Newbury Park: Sage.
- Akkemik, S., & Timur, Ş. (2019). Sayısal oyun tasarımında oyuncu deneyimi: Mobil oyunlarda oyuncu tercihleri üzerine bir araştırma. *Online Journal of Art and Design*, 7(4), 148-159.
- Aksu, G., Eser, M.T. ve Güzeller, C.O. (2017). *Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi ile yapısal eşitlik modeli uygulamaları*. İstanbul: Detay Yayıncılık.
- Aytekin, P., & Ay, C. (2015). Hedonik tüketim ve anlık satın alma ilişkisi. *Academic Review Of Economics & Administrative Sciences*, 8(1), 141-157.
- Baron, R.M., & Kenny, D.A. (1986). The Moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173- 1182.
- Beaton, D.E., Bombardier, C., Guillemin, & F., Ferraz, M. (2000). Guidelines for the process of cross-cultural adaptation of self-report measures. *Spine*, 25(24), 3186-3191.
- Brislin, R.W. (1986). The wording and translation of research instruments. In W. J. Lonner, J. W. Berry (Eds.). in: *Field methods in educational research* (137-164). Newbury Park, CA: Sage.
- Brown, R., Wey, H., & Foland, K. (2018). The relationship among change fatigue, resilience, and job satisfaction of hospital staff nurses. *Journal of Nursing Scholarship*, (50), 306-313. <https://doi.org/10.1111/jnu.12373>
- Büyüköztürk, Ş. (2009). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı: İstatistik, araştırma deseni, spss uygulamaları ve yorum*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. (2019). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2010). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Byrne, B.M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS*. New York: Routledge.
- Catell, R. B. (1978). *The scientific use of factor analysis. Behavioural and Life Sciences*. Plenum Press. New York and London.
- Cianfrone, B.A., Zhang, J.J., Trail, G.T., & Lutz, R.J. (2008). "Effectiveness on in-game advertisements in sport video games: an experimental inquiry on current gamers." *International Journal of Sport Communication*, 1(2), 195- 218.
- Clavio, G., Kraft, P., & Pedersen, P. M. (2009). Communicating with consumers through video games: An analysis of brand development within the video gaming segment of the sport industry. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, (10), 143 – 156
- Çokluk, Ö., Şekercioglu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2016). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: Spss ve Lisrel uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS*. London: Sage.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS*. London: Sage publications.
- Field, A., Hole, & G. (2008). *How to design and report experiments*. Los Angeles: Sage.

- Fornell, C., Larcker, & D.F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of Marketing Research* 18(3). <https://doi.org/10.1177/002224378101800313>
- George, D., & Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 update*. Boston: Pearson.
- Gül, M., Gül, O. & Uzun, R. (2019). Participation motivation scale for e-sports: Validity and reliability study (PMSES). *Turkish Journal of Sport and Exercise*, 21 (2), 281-294. DOI: 10.15314/tsed.563111
- Hair, J., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate data analysis*. Upper Saddle River: Prentice-Hall.
- Hogarty, K.Y., Hines, C.V., Kromrey, J.D., Ferron, J.M., & Mumford, K.R. (2005). The quality of factor solutions in exploratory factor analysis: The influence of sample size, communalities and overdetermination. *Educational and Psychological Measurement*, 65(2), 202-226. <https://doi.org/10.1177/00131644042672>
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M.R. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Electronic journal of business research methods*, 6(1), 53-60. <https://doi.org/10.1177/002224378101800313>
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cut off criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Insider Intelligence (2022). Esports Ecosystem in 2023: Key industry companies, viewership growth trends, and market revenue stats. <https://www.insiderintelligence.com/insights/esports-ecosystem-market-report/> E.T: 10.10.2022
- Kan, A., & Akbaş, A. (2005). Lise öğrencilerinin kimya dersine yönelik tutum ölçeği geliştirme çalışması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(2), 227-237.
- Kan, A., & Akbaş, A. (2005). Lise öğrencilerinin kimya dersine yönelik tutum ölçeği geliştirme çalışması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(2), 227-237. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mersinefd/issue/17391/181763>
- Kartal, M. (2020). *Küreselleşme bağlamında Türkiye’de e-spor*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İnönü Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Malatya.
- Kim, Y., & Ross, S. (2006). An exploration of motives in sport video gaming. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 8(1),34–46.
- Kim, Y., Walsh, P., & Ross, S. D. (2008). An examination of the psychological and consumptive behaviors of sport video gamers. *Sport Marketing Quarterly*, 17(1), 44-53.
- Kline, R.B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: Guilford Press.
- Krosnick, J. A., & Fabrigar, L. R. (1997). *Designing rating scales for effective measurement in surveys*. In L. Lyberg, P. Biemer, M. Collins, E. D. Leeuw, C. Dippo, N. Schwarz, & D. Trewin (Eds.), *Survey measurement and process quality*: Wiley Series in Probability and Statistics.
- Kwak, D.H., Clavio, G.E., Eagleman, A.N., & Kim, K.T. (2010). Exploring the antecedents and consequences of personalizing sport video game experiences. *Sport Marketing Quarterly*, 19(4), 216-225.

- Lee, S., Seo, W.J., & Green, B.C. (2013). Understanding why people play fantasy sport: development of the fantasy sport motivation inventory (FanSMI). *European Sport Management Quarterly*, 13(2), 166–199.
- Leng, H. K., & Pyun, D. Y. (2018). Development of a scale to measure gamer experiences in sport video games. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 18(5), 417-429. <https://doi.org/10.1504/IJSMM.2018.094348>
- MacCallum, R.C., Browne, M.W., & Sugawara, H.M. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological Methods*, 1(2), 130-49.
- MacCallum, R.C., Widaman, K.F., Zhang, S., & Hong, S. (1999). Sample size in factor analysis. *Psychological Methods*, 4(1), 84-99. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.4.1.84>
- Nacke, L. E., Drachen, A., Kuikkaniemi, K., Niesenhaus, J., Korhonen, H. J., & Hoogen, W. M. v. d., ... et al. (2009). Playability and Player experience research. *proceedings of DiGRA 2009: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory*, London, UK.
- Nunnally, J.C. (1978). *An Overview of Psychological Measurement*. In: Wolman, B.B. (eds) *Clinical diagnosis of mental disorders*. Springer, Boston, MA. https://doi.org/10.1007/978-1-4684-2490-4_4
- Preston, C.C., & Colman, A.M. (2000). Optimal number of response categories in rating scales: Reliability, validity, discriminating power, and respondent preferences. *Acta Psychologica*, 104(1), 1-15. [https://doi.org/10.1016/S0001-6918\(99\)00050-5](https://doi.org/10.1016/S0001-6918(99)00050-5)
- Scherer, R F., Wiebe, F. A., Luther, D. C., & Adams J. S. (1988), Dimensionality of coping: Factor stability using the ways of coping questionnaire, *Psychological Reports*, (62), 763-770
- Sümer, N. (2000). Yapısal eşitlik modelleri: Temel kavramlar ve örnek uygulamalar. *Türk Psikoloji Yazıları*, 3(6), 49-74.
- Uzun R. N., Çebi M., Şahin T. & Ceylan L. (2022). *Elektronik spor'un yönetim\ gelişim\ bileşenler açısından yüzeysel incelenmesi*. Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Temel Alanında Akademik Çalışmalar, Artıkel Akademi.
- Vegara-Ferri, J. M., Ibáñez-Ortega, D., Carboneros, M., López-Gullón, J. M. & Angosto, S. (2020). Evaluation of the tourist perception of the spectator in an e sport event. *Publicaciones*, 50(1), 371-384.
- Witkowski, E. (2012). On the digital playing field: How we “do sport” with net worked computer games. *Games and Culture*, 7(5), 349-374.
- Yıldırım, Ü., & Tamer, E. T. (2022). Elektronik spor turizmi: Elektronik spor izleyicileri üzerine bir araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 728-743.

KATKI ORANI CONTRIBUTION RATE	AÇIKLAMA EXPLANATION	KATKIDA BULUNANLAR CONTRIBUTORS
Fikir ve Kavramsal Örgü <i>Idea or Notion</i>	Araştırma hipotezini veya fikrini oluşturmak <i>Form the research hypothesis or idea</i>	Barış MİRGAN Cemal ÖZMAN
Tasarım <i>Design</i>	Yöntem ve araştırma desenini tasarlamak <i>To design the method and research design.</i>	Barış MİRGAN Cemal ÖZMAN
Literatür Tarama <i>Literature Review</i>	Çalışma için gerekli literatürü taramak <i>Review the literature required for the study</i>	Barış MİRGAN Cemal ÖZMAN Mehmet KARGÜN Neslişah AKTAŞ ÜSTÜN
Veri Toplama ve İşleme <i>Data Collecting and Processing</i>	Verileri toplamak, düzenlemek ve raporlaştırmak <i>Collecting, organizing and reporting data</i>	Barış MİRGAN Cemal ÖZMAN Mehmet KARGÜN Neslişah AKTAŞ ÜSTÜN
Tartışma ve Yorum <i>Discussion and Commentary</i>	Elde edilen bulguların değerlendirilmesi <i>Evaluation of the obtained finding</i>	Barış MİRGAN Cemal ÖZMAN Mehmet KARGÜN Neslişah AKTAŞ ÜSTÜN

Destek ve Teşekkür Beyanı/ Statement of Support and Acknowledgment

Bu çalışmanın yazım sürecinde katkı ve/veya destek alınmamıştır.

No contribution and/or support was received during the writing process of this study.

Çatışma Beyanı/ Statement of Conflict

Araştırmacıların araştırma ile ilgili diğer kişi ve kurumlarla herhangi bir kişisel ve finansal çıkar çatışması yoktur.

Researchers do not have any personal or financial conflicts of interest with other people and institutions related to the research.

Etik Kurul Beyanı/ Statement of Ethics Committee

Bu araştırma, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulunun 03.11.2022 tarihli ve 226392 sayılı kararı ile yürütülmüştür.



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