

[Türkçe Versiyon]

“FANTEZİ FUTBOL KATILIM MOTİVASYONU  
ÖLÇEĞİ” TÜRKÇE FORMU GEÇERLİK VE  
GÜVENİRLİK ÇALIŞMASI

Ersin ESKİLER<sup>1</sup>

Oğuzhan DEMİR<sup>2</sup>

Fikret SOYER<sup>1</sup>

Başvuru: 11.05.2017

Kabul: 27.09.2017

**Öz**

Fantezi spor oyunları, son yıllarda tüketiciler arasında popüler spor etkinliklerinden biri haline gelmiştir. Bu sporlar içerisinde özellikle fantezi futbol, interaktif özelliği ile spor tüketicilerinin genel spor deneyimini geliştirme konusunda eşsiz bir çevrimiçi etkinlik olarak görülmektedir. Bu bağlamda; fantezi futbol katılımının temelini oluşturan motivasyon boyutlarının açıklanması ve katılımcı profillerinin belirlenmesi önem arz etmektedir. Açıklamalar çerçevesinde; Dwyer ve Kim (2011) tarafından geliştirilen Fantezi Futbol Katılım Motivasyon Ölçeğinin Türkçe versiyonu geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarının yapılması bu araştırmanın temel amacı olarak belirlenmiştir. Bu amaç doğrultusunda farklı iki örnek kütleden toplam 661 adet anket formu elde edilmiştir. Verilerin analizinde, betimsel analizler, temel bileşenler faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılmıştır. Bulgular, ölçüm aracının 17 madde ve 4 alt boyuttan meydana geldiğini ve ölçek yapısının orijinal ölçüm aracı ile tutarlı olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak Fantezi Futbol Katılım Motivasyon Ölçeğinin ilgili örneklem grubu için geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Motivasyon, fantezi sporlar, ölçek uyarlama.

**TURKISH VALIDITY AND RELIABILITY  
STUDY OF "MOTIVATIONAL SCALE FOR  
FANTASY FOOTBALL PARTICIPATION"**

**ABSTRACT**

Fantasy sports games have become one of the popular sporting events among consumers in recent years. Among these sports, fantasy football is especially known as a unique online activity in promoting the general sports experience of sports consumers with its interactive features. In this context; It is important to explain the motivation dimensions that constitute the basis of the participation of fantasy football and to determine the participant profiles. In the context of the explanations; the main aim of this research was to determine Turkish validity and reliability studies of Motivational Scale for Fantasy Football Participation developed by Dwyer and Kim (2011). For this purpose, a total of 661 questionnaires were collected from two different sample groups. In the analysis of the data, descriptive analyzes, exploratory factor analysis (EFA) and confirmatory factor analysis (CFA) were used. The obtained results show that the measurement tool is composed of 17 items and 4 sub-dimensions and that the scale structure is consistent with the original measuring instrument. As a result, it was determined that the Motivational Scale for Fantasy Football Participation is a valid and reliable measurement tool for the relevant sample group.

**Keywords:** Motivation, fantasy sports, scale adaptation.

<sup>1</sup> Sakarya University Faculty of Sports Sciences

<sup>2</sup> Sakarya University Faculty of Education Sciences

## GİRİŞ

Geçmiş yıllarda yapılan çalışmalar milyonlarca insanın spora aktif ve/veya pasif olarak katılımında bulunduğunu<sup>19</sup> ve sporun insan yaşamı üzerinde psikolojik, sosyal, ekonomik vb. çeşitli etkilere sahip olduğunu göstermektedir<sup>50,53</sup>. Küreselleşme ile birlikte; spor sektörünün büyük bir pazar haline gelmesi sonucu insanlar amatör ya da profesyonel olarak spor yapmakta ve/veya seyirci olarak spor müsabakalarını ve rekreasyonel faaliyetleri takip etmektedir<sup>1</sup>. Sporun endüstri halini almasıyla beraber spor tüketimi çeşitli boyutlar kazanmış ve bu alandaki tüketim oldukça önemli hale gelmiştir. Nitekim, pazara dahil olan yeni mal ve hizmetler tüketicilerin ilgisini arttırmış, buna paralel olarak spor tüketim oranında önemli bir artış meydana gelmiştir<sup>17,36</sup>. Örneğin; medya hakları, bilet gelirleri ve imzalanan sponsorluk anlaşmalarının oluşturduğu pazarın büyüklüğü 2005 yılında 46.5 milyar dolar iken<sup>12</sup>; günümüzde bu rakam yaklaşık olarak 100 milyar dolara ulaşmıştır<sup>28</sup>. Bununla beraber spor giyim, lisanslı spor ürünleri, sağlık ve fitness merkezlerinin de içinde bulunduğu spor endüstrisinin 600 milyar dolarlık bir büyüklüğe sahip olduğu tahmin edilmektedir<sup>28,37</sup>. Teknolojik gelişmeler diğer alanlarda etkili olduğu gibi spor alanına da etki etmiş, bunun sonucunda da elektronik spor kültürü ortaya çıkmış ve oldukça yaygınlaşmıştır. Elektronik sporlar vasıtasıyla dünyanın farklı bölgelerindeki insanlar etkileşim haline geçebilmekte ve farklı ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir<sup>4</sup>. Yukarıda ifade edildiği gibi spor tüketicilerini iki grupta değerlendirmek daha doğru bir yaklaşım olarak görülmektedir<sup>5</sup>. Bunlardan birincisi; sporu farklı düzeylerde gerçekleştiren ve rekreasyonel spor faaliyetlerine katılan aktif katılımcılar, ikincisi ise; sporu kitle iletişim araçları aracılığıyla kullanan ve spor müsabakalarını yerinde takip eden pasif katılımcılardır<sup>10,36</sup>. Elektronik sporların yaygın olarak ilgi gören

türlerinden biri fantezi spor oyunları, pasif spor tüketimi olarak ele alınabilmektedir. Fantezi spor; dünya çapında organize edilen araba yarışları, golf, beysbol, basketbol, futbol, buz hokeyi gibi birçok alanda gerçek oyuncuların, sanal bütçelerle seçilerek takımların oluşturulduğu ve bu takımlardaki oyuncuların gerçek maçlardaki performanslarına bağlı olarak kurulan takıma puanlar kazandırdığı bir oyundur<sup>25</sup>. Ayrıca fantezi spor, katılımcılara, seçtikleri bir sporcu kadrosu için antrenör rolü oynama fırsatı sunmaktadır<sup>46</sup>. Diğer bir ifade ile fantezi spor ligi, gerçek dünyadaki yarışmalardan alınan istatistiklere dayalı olarak birbirlerine karşı mücadele eden birden fazla katılımcıdan oluşur. Fantezi ligleri bir çeşit taslak ile başlar, burada katılımcılar oyuncularını seçip transfer yapabilir ve/veya rasgele atanan oyuncular ile takımlarını kurabilirler. Bir spor sezonunda, katılımcılar oyuncularının gerçek dünyadaki performanslarına bağlı olarak puanlandırılır ve fantezi spor katılımcısının başarısı belirlenir<sup>18,48</sup>. Örneğin fantezi futbolda, takımlar; genellikle top kaybı, top çalma, başarılı pas vb. kategoriler dikkate alınarak puanlandırılmaktadır<sup>24</sup>. Fantezi sporlara duyulan ilginin ve katılımın her geçen gün arttığını ifade etmek mümkündür. Özellikle istatistikçi Glen Wagoner ilk fantezi spor liglerinin yaratıcısı olarak gösterilmektedir. Wagoner tarafından 1980'lerin başında katılımcılar tarafından uzun süreler hesaplamalar yapılması gerekiyordu ve bu durum kitleler tarafından oldukça elverişsiz görülüyordu<sup>18,44</sup>. Hu (2003)'ya göre bilişim ve internet teknolojilerindeki gelişmeler 1990'lı yıllarda fantezi sporun yapısını değiştirerek bu olgunun daha cazip bir hal almasına imkan sağlamıştır<sup>24</sup>.

Dünya üzerinde fantezi sporlara dair sayısal veriler tam olarak bilinmese de ABD ve Kanada'ya dair istatistiksel

bilgiler mevcuttur. Bu iki ülkede 1988 yılında fantezi spor oynayan kişi sayısı 500 bin iken 2016 yılında bu sayı 57.4 milyona ulaşmıştır. ABD ve Kanada'da fantezi spor oynayan kişi sayısına paralel olarak etkinliğin çeşitlilik kazandığı ve etkinlik için harcanan zamanın yıllar içinde hızlı bir artış gösterdiği ifade edilebilir. Bu iki ülkede oyuncular NASCAR araba yarışları, basketbol, futbol, buz hokeyi, beysbol gibi oyun ve yarışlarda bir ayın yaklaşık 3 gününü fantezi spor oynayarak geçirmişler ve bu kişilerin %66'sının erkek ve %34'ünün ise kadın olduğu ifade edilmektedir. ABD'de toplam nüfusun %20 si fantezi spor oynuyorken bu rakam Kanada'da %17'dir<sup>25</sup>. Ibisworld araştırma şirketinin yapmış olduğu araştırma, 2017 yılı itibarıyla Amerika'da fantezi spor pazar büyüklüğünün 4 milyar dolara ulaştığını, 555 işletmede 4,264 kişinin istihdam edildiğini ve pazar büyüklüğünün yıllık yaklaşık olarak %8,5 büyüdüğünü göstermektedir<sup>26</sup>. Bunun yanında farklı bir araştırma şirketinin Avrupa'da yaptığı araştırmalar sonrasında ortaya çıkan rapor; Fransa, İtalya, Almanya, İngiltere, Türkiye, Rusya ve İspanya'da haftada 1,5 ile 2,5 saat arasında fantezi spor oynandığını göstermektedir (Örneğin; Türkiye 2,2 saat ile ikinci sırada yer almaktadır.)<sup>29</sup>. İngiltere'de yaklaşık olarak 6 milyon kişi fantezi spor oynamakta ve fantezi spor pazar büyüklüğü yaklaşık olarak 1.6 milyar dolardır<sup>27</sup>. Technavio araştırma şirketi; CBS, DraftKings, ESPN, FanDuel ve Yahoo gibi küresel fantezi spor pazar liderleri üzerinden yaptığı çalışma sonucunda fantezi spor pazarının %11' in üzerinde bir büyüme gösterebileceğini tahmin etmektedir<sup>30</sup>. Fantezi spor için her yıl giderek artan zaman, para ve çaba harcamaları; kullanıcılar, sağlayıcılar ve toplumdaki/spor alt kültüründeki fantezi sporun genel rolü üzerinde araştırmalar yapılmasını gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda; özellikle fantezi spor katılımı ile ilgili ulusal çalışmaların sınırlı olması, katılımcı profilleri ve onları motive eden

faktörler konusunda sınırlı bilgi birikimine sahip olunmasına neden olmaktadır. Bu kısıtların ortadan kaldırılması ve farklı kültürel özelliklere sahip toplumların fantezi spor katılım motivasyonlarının belirlenebilmesi için; Dwyer ve Kim (2011) tarafından geliştirilen Fantezi Futbol Katılım Motivasyon Ölçeğinin (Motivational Scale for Fantasy Football Participation- MSFFP) Türk toplumu için geçerlik ve güvenilirlik analizinin yapılması bu araştırmanın temelini oluşturmaktadır<sup>15</sup>.

### **Literatürdeki ilgili çalışmalar**

1980'lerin sonlarında sporun tüketici davranışlarını etkileyen özellikleri birçok farklı çalışmaya konu olmuştur<sup>23,33,47,52</sup>. Devam eden süreçte spor taraftar motivasyonu alanında yapılan araştırmaların oldukça farklılaştığı ve motivasyon ölçümü için çeşitli ölçeklerin geliştirildiği bilinmektedir<sup>32,43,51,52</sup>. Bu çalışmalar çeşitli motivlerin, farklı tüketici kesimlerinde ve farklı spor etkinliklerinde etkili olabileceğini göstermektedir<sup>20</sup>. Bununla birlikte fantezi spor katılımının kendine özgü motivleriyle ilgili önemli bir bilgi boşluğu varlığından söz etmek mümkündür<sup>15,18,49</sup>.

Dwyer ve Kim (2011) fantezi spor ligi katılım motivasyonunu inceleyen ilk çalışmanın Indiana Üniversitesi, Spor ve Eğlence Akademisi tarafından 2000 yılında gerçekleştirildiğini belirtmektedir<sup>15</sup>. Daha sonra Farquhar ve Meeds (2007), fantezi spor katılımcılarının tipolojisini belirlemek ve fantezi spor ligi katılım motivasyon boyutları için temel oluşturacak bir çalışma yürütmüşlerdir. Bu çalışma sonucunda yazarlar fantezi spor katılımının beş temel ögesi (takip etme (surveillance), uyarılma, eğlence, kaçış ve sosyal etkileşim) olduğunu ifade etmektedir<sup>18</sup>.

Son on yıl içerisinde fantezi spor katılım motivasyonu alanındaki çalışmaların çeşitlilik kazandığı gözlemlenmektedir. Örneğin; Dwyer ve Drayer (2010) fantezi spor kullanıcılarının orta dereceli spor tüketici sınıfının önemli bir bölümünü

temsil ettiği sonucuna ulaşmışlardır. Bununla beraber orta sınıftaki bu spor tüketim grubunun ürün kullanımı ve medya tüketim alışkanlıklarının farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma grubundaki kişilerin tuttıkları takımı, oluşturdukları fantezi takımlarına nazaran daha çok destekledikleri ve tuttıkları takıma daha fazla zaman harcadıkları görülmüştür<sup>16</sup>. Dhurup ve Dlodlo tarafından Afrika'nın Gauteng şehrinde 193 katılımcıya uygulanan ve pozitif stres, başarı-ödül, estetik, keyif ve kullanım kolaylığı gibi beş farklı boyutta yapılan ölçümler sonucunda, fantezi futbola yönelik tutum ve gelecek niyetler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur<sup>13</sup>. Bunun yanında Larki'nin 2015 te yaptığı çalışmada, bir bireyin spor tüketim kalıplarının fantezi spor katılımına yönelik motivasyonlarına göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için bilişsel değerlendirme teorisinden yararlanmıştır. Sonuçlar, fantezi spora

katılımda yüksek motivasyona sahip olanların, spor müsabakalarını evde takip etmek için önemli bir niyet gösterdiklerini ortaya koymuştur. Hem örtük motivasyona sahip hem de en sevdiği ekiple aşırı derecede özdeşleşen fantezi spor katılımcılarının ise; spor müsabakasını yerinde izleme olasılığının önemli derecede yüksek olduğunu ifade etmektedir<sup>39</sup>. Drayer ve arkadaşlarının niteliksel yöntemler kullanarak fantezi futbolun, NFL ile ilgili mal ve hizmetlerin tüketimine olan etkisini inceledikleri çalışmada, kullanıcıların çok daha yüksek seviyelerde televizyon, akıllı telefon, basılı medya ve özellikle internet ile ilişki çeşitli medya kaynaklarını kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır. Bunun yanında literatürde daha önce yer alan taraftar sadakatine dair bilgilerin aksine desteklenen takım veya oyuncu performansının, fantezi takım üzerindeki algıyı değiştirdiğini ifade etmektedir<sup>14</sup>.

## MATERYAL ve YÖNTEM

### Araştırma Modeli

Bu çalışma; olgu ve durumların mevcut şartları içerisinde değerlendirildiği ve katılımcı görüşlerine başvurulmuş, olgu ve/veya duruma ilişkin ilgi, beceri ve tutumları ortaya çıkarmak ve açıklamak üzere yaygın olarak kullanılan tarama<sup>35</sup> ve/veya tanımlayıcı araştırma yöntemi<sup>2</sup> dikkate alınarak yürütülmüştür. Bu bölümde; çalışma grubu, araştırmada kullanılan veri toplama aracının Türkçe'ye uyarlanması ve verilerin analizi süreci ilgili bilgiler yer almaktadır.

### Çalışma Grubu

Çalışmada iki farklı örneklem grubu birbirinden bağımsız olarak kararsal (yargısal) örnekleme yöntemi<sup>2</sup> ile belirlenmiş ve birinci grup veriler Ekim 2016, ikinci grup veriler ise Kasım-Aralık 2016 tarihleri arasında çevrimiçi ve yüz yüze anket teknikleri ile toplanmıştır. *Birinci örnek kütle* 169 erkek (%94.9) ve 9 kadın (%5.1) olmak üzere toplam 178 kişiden oluşmaktadır. Katılımcıların

yaşlarının 18-35 yaş arasında ( $\bar{X}=21.76\pm 2.471$ ) olduğu tespit edilmiştir. Bu örneklem grubundan elde edilen veriler faktör yapısının belirlenmesi ve madde analizinin gerçekleştirilmesinde kullanılmıştır. *İkinci örnek kütle ise*; bir önceki aşamada elde edilen gizil yapıların kendi iç uyumları ve birbirleri ile olan ilişki düzeylerini açıklamak için doğrulayıcı faktör analizinde kullanılmıştır. Bu grubun yaş dağılımlarının  $\bar{X}=24.462\pm 4.844$  (18-42 yaş arası) olduğu ve 446 erkek (%92.3) ile 37 kadın (%7.7) olmak üzere toplam 483 katılımcıdan oluştuğu belirlenmiştir.

### Veri Toplama Aracı ve Türkçe'ye Uyarlanması

Veri toplama aracı olarak 2011 yılında Dwyer ve Kim tarafından geliştirilen Fantezi Futbol Katılım Motivasyon Ölçeği (Motivational Scale for Fantasy Football Participation- MSFFP) kullanılmıştır<sup>15</sup>. İlgili ölçeğin bu çalışma kapsamında kullanımı için sorumlu yazardan gerekli izinin alınmasının yanı sıra; uygulamaya geçilmeden önce etik kurul onayı

alınmıştır. Ölçeğin orijinal formu 17 ifade ve 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlar; (1) dört ifadeden oluşan sosyal etkileşim boyutu, (2) beş ifadeden oluşan şans oyunu/bahis boyutu, (3) dört ifadeden oluşan rekabet boyutu, (4) dört ifadeden oluşan eğlence/kaçış boyutu şeklindedir. Araştırmacılar tarafından ölçeğin alt boyutlarına ait Cronbach Alpha değerleri sırasıyla 0.87, 0.87, 0.86 ve 0.79 olarak belirtilmiştir. Ölçekte yer alan tüm ifadeler “1. Kesinlikle katılmıyorum,..., 7. Kesinlikle katılıyorum” şeklinde 7’li Likert Tipi derecelendirme ile puanlanmaktadır. Ölçekte yer alan ifadelerin Türkçe formunun oluşturulmasında İngilizceye hâkim üç kişi tarafından çeviri tekrar çeviri<sup>45</sup> işlemleri gerçekleştirildikten sonra alan uzmanı dört kişi tarafından ifadeler tekrar

değerlendirilmiştir. Olası hataların tespiti ve ayıklanması için gerçekleştirilen pilot çalışmadan elde edilen bilgiler ışığında ölçüm aracına araştırma öncesi son hali verilmiştir. Ölçüm aracının doldurulma süresi yaklaşık 5-7 dakika arasında değişiklik göstermektedir. Saha çalışmaları sonrası elde edilen ham veriler, olası hataların ortadan kaldırılması ve analiz için hazır hale getirilmesi amacıyla; tüm formlar tek tek kontrol edilerek eksik ve/veya hatalı işaretlenenler çalışma dışı bırakılmıştır.

#### **Verilerin Analizi**

Veri analizinde SPSS ve AMOS 20.0 paket programları kullanılarak, betimsel analizler, bağımsız gruplar t-testi, temel bileşenler faktör analizi (AFA), madde analizi ve doğrulayıcı faktör analizlerinden (DFA) yararlanılmıştır.

#### **BULGULAR**

Araştırmanın veri analizi için iki farklı örnek küleden veri toplanmış ve analizler buna bağlı olarak iki aşamada gerçekleştirilmiştir.

İlk olarak bu bölümde birinci örnek küleden elde edilen veriler ile ölçüm aracı faktör yapısının belirlenebilmesi için temel bileşenler faktör analizi ve madde toplam puanı dikkate alınarak oluşturulan

alt ve üst % 27’lik grupların karşılaştırılmasında bağımsız gruplar t-testi analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

#### **Açıklayıcı Faktör Analizi:**

Elde edilen veri matrisinin temelini oluşturan ilişki yapısını belirlemek üzere açıklayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır<sup>22</sup>.

**Tablo 1. Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenirlilik Analizi Sonuçları**

Maddeler	Faktör			
	1	2	3	4
3: Fantezi futbol oynamamın önemli bir nedeni de; meslektaşlarım. arkadaşlarım. ailem ya da diğer önemli kişilerle etkileşim içinde olmamı sağlamasıdır.	.857			
1: Fantezi futbol oynamak. ailem ve arkadaşlarımla birlikte olmak ya da onlarla iletişimde kalmak için mükemmel bir fırsat sunar.	.851			
2: Fantezi futbol oynamamın temel nedenlerinden biri de. akran grubuma ait olduğumu hissettirmesidir.	.772			
4: Fantezi futbol oynayan diğer katılımcılarla etkileşim içinde olmak benim için önemlidir.	.545			
15: Fantezi futbol oynamak. taraftarı olduğum takımda olmayan oyuncuların performanslarının keyfini çıkarmak için mükemmel bir olanak sunar.		.736		
17: Fantezi futbol oynarım çünkü; günlük aktivitelerden eğlenceli bir kaçış imkanı sunar.		.692		
16: Fantezi futbol oynarım çünkü zaman geçirmek için eğlenceli bir yoldur.		.688		
14: Fantezi futbol oynarım çünkü süper lig maçlarını izlemeyi daha zevkli hale getirir.		.631		
10: Fantezi futbol oynamayı rakiplerime “en iyisi olduğumu” kanıtlamak için seviyorum.			.716	
11: Fantezi futbol oynarken yeteneklerimi rakiplerimle karşılaştırmak benim için önemlidir.			.699	
12: Oynadığım Fantezi futbolu kazanmak benim için önemlidir.			.697	
13: Fantezi futbol oynamamın en önemli nedeni; süper lig oyuncuları ve takımlar hakkındaki eşsiz bilgilerimi rakiplerimle karşılaştırma fırsatı sunmasıdır.			.661	
6: Bana göre Sosyal lig. profesyonel futbol üzerine bahis oynamanın diğer bir yoludur.				.801
7: Para kazanmak için Fantezi futbol oynarım.				.770
5: Bahis oynanan para miktarı (riske atılan miktar) Fantezi futbol takımımı ne kadar takip ettiğimi belirler.				.744
9: Fantezi futbol oynamak sadece sonuç üzerine bahse girerseniz eğlencelidir.				.644
8: Fırsat verilirse. Fantezi futbolu bedava oynamaktansa para yatırarak oynamayı tercih ederim				.428
<b>Özdeğer</b>	4.891	2.453	1.675	1.114
<b>Açıklanan Varyans</b>	15.621	14.828	14.728	14.428
<b>Açıklanan Toplam Varyans</b>	15.621	30.449	45.177	59.605
<b>Cronbach's Alpha</b>	0.815	0.722	0.768	0.760
<b>Toplam Cronbach's Alpha</b>	0.812			
<b>KMO Örnekleme Yeterliliği</b>	0.807			
<b>Bartlett's Test of Sphericity</b>	$\chi^2=1065.475$	Sd=136		p<0.001

Temel bileşenler faktör analizi uygunluğuna ilişkin KMO değerinin .807 ve Bartlett Küresellik test sonucu anlamlılık düzeyinin ise  $p<.001$  olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca her bir değişkenin toplam çözüme ne düzeyde katkı sağladığını belirlemek üzere Anti-image korelasyon matrisi incelenmiştir<sup>2</sup>. Analiz

sonucu; Anti-image (0.629-0.879 aralığında ve  $>0.50$ ), KMO ( $>0.70$ ) ve Bartlett Küresellik test ( $p<0.001$ ) sonuçlarının tatminkâr seviyede olduğu tespit edilmiştir<sup>2,9</sup>.

Açıklayıcı faktör analizi sonucu 17 maddeden oluşan ölçek yapısına uymayan ve/veya birden fazla faktörde

yüksek faktör yük değerine sahip olan herhangi bir madde olmadığı; öz değeri 1'in üzerinde olan 4 alt boyutlu yapının orijinal ölçüm aracı<sup>1</sup> ile tutarlı olduğu ve maddelerin toplam varyansın %59.605'ini açıkladıkları belirlenmiştir. Her bir faktöre ait maddeler ve faktör isimleri aşağıdaki gibidir:

Birinci boyut; sosyal etkileşim boyutu olarak isimlendirilmiş ve bu boyut 1., 2., 3. ve 4. maddelerden meydana gelmektedir. Sosyal etkileşim boyutunun Cronbach's Alpha değeri 0.81 olarak bulunmuştur. İkinci boyut eğlence/kaçış boyutu olarak adlandırılmış ve bu boyut 14., 15., 16. ve 17. maddelerden

oluşmaktadır. Eğlence/kaçış boyutunun elde edilen Cronbach's Alpha değeri 0.72'dir. Üçüncü boyut rekabet boyutu olarak adlandırılmış ve 10., 11., 12. ve 13. maddelerden oluşmuş ve Cronbach's Alpha değeri 0.77 olarak bulunmuştur ve son olarak 5., 6., 7., 8. ve 9. maddelerden oluşan dördüncü boyut şans oyunu/bahis olarak isimlendirilmiştir. Şans oyunu/bahis boyutunun Cronbach's Alpha değeri ise 0,76'dır. Her bir boyuta ait Cronbach's  $\alpha$  güvenilirlik değerlerinin kabul edilebilir değer olan 0,70'in<sup>42</sup> üzerinde ve tüm ifadelerine ait Cronbach's  $\alpha$  değerlerinin ise 0.81 olduğu görülmektedir.

### Madde analizi:

Maddelerin ölçülmek istenen özelliğe sahip olan bireyler ile olmayan bireyleri ayırt edebilme gücünün tespiti için;

toplam ölçek puanına göre belirlenen alt ve üst % 27'lik gruplarda yer alan katılımcıların grup ortalama puanları bağımsız gruplar t-testi ile incelenmiştir<sup>9</sup>.

**Tablo 2.** Madde Analizi Sonuçları

Faktörler	Maddeler	Düzeltilmiş Madde Toplam Test Korelasyonu	t	% 27 Alt Grup Karşılaştırması		% 27 Üst Grup Karşılaştırması	
				$\bar{X}$	Ss	$\bar{X}$	Ss
Sosyal Etkileşim	Madde 1	.539	-7.064**	3.27	1.923	5.69	1.446
	Madde 2	.570	-9.580**	2.84	1.586	5.59	1.240
	Madde 3	.534	-6.413**	3.37	1.890	5.49	1.340
	Madde 4	.578	-6.383**	3.92	1.706	5.76	1.071
Bahis/Şans Oyunu	Madde 5	.396	-4.782**	2.82	1.965	4.55	1.608
	Madde 6	.323	-3.903**	2.96	1.802	4.47	2.022
	Madde 7	.397	-5.360**	2.16	1.599	4.04	1.859
	Madde 8	.456	-6.182**	1.88	1.333	4.00	2.000
	Madde 9	.367	-4.003**	2.69	1.884	4.18	1.799
Rekabet	Madde 10	.558	-7.297**	4.02	1.797	6.14	.957
	Madde 11	.566	-6.424**	4.82	1.679	6.49	.711
	Madde 12	.492	-4.932**	5.22	1.649	6.49	.711
	Madde 13	.568	-6.174**	5.22	1.649	6.12	1.013
Eğlence/ Kaçış	Madde 14	.623	-7.903**	3.94	1.676	6.06	.852
	Madde 15	.531	-5.484**	4.45	1.757	6.02	.968
	Madde 16	.564	-6.498**	4.59	1.606	6.29	.866
	Madde 17	.620	-7.185**	4.22	1.851	6.33	.875

\*\*p<0.01

Analiz sonuçlarına göre madde-toplam test korelasyonlarının 0.32 ile 0.62 arasında farklılık gösterdiği ve maddelerin katılımcıları iyi derecede ayırt etme gücüne sahip olduğu ifade

edilebilir. Madde analizi kapsamında; ölçek ortalama puanlarına göre oluşturulan alt ve üst %27'lik grupların madde ortalama puanları arasındaki fark katılımcıları ölçülen davranış

bakımından ne derece ayırt ettiğini belirlemede kullanılan bir yöntemdir<sup>9</sup>. Yapılan analizde t değerinin -9.58 ile -3.90 arasında değiştiği görülmekte ve gruplar arasında beklendiği yönde gözlenen farklılıkların anlamlı sonuç vermesi, testin iç tutarlığının bir

### Doğrulayıcı Faktör Analizi:

Açıklayıcı faktör analizi sonucu öngörülen gözlenemeyen değişkenler ortaya çıkarılarak, elde edilen faktör yapısının orijinal ölçüm aracıyla tutarlı olduğu

göstergesidir<sup>9</sup>. Elde edilen sonuçlara göre ölçekte yer alan maddelerin fantezi futbol motivasyon düzeyi yüksek ve düşük olan grupların ayırt edilmesinde güvenilir sonuçlar verdiği ifade etmek mümkündür.

belirlenmiştir. Bir sonraki aşamada değişkenlerin kendi iç uyumları ve birbirleri ile olan ilişki düzeylerini açıklama konusunda DFA'den yararlanılmıştır<sup>41</sup>.

**Tablo 3.** Doğrulayıcı Faktör Analizi

Modeller	$\chi^2$	sd	Uyum İndeksleri					
			$\chi^2/sd$	GFI	AGFI	CFI	TLI	RMSEA
Kukla (Null)	3931.73	134	29.341					
Tek Faktör	2051.63	117	17.535	.606	.484	.545	.471	.185
Bağımsız Faktörler	656.885	117	5.614	.857	.813	.873	.852	.098
İlişkili Faktörler	246.277	111	2.219	.942	.920	.968	.961	.050
<b>Kabul Edilebilir Uyum Değerleri</b>			≤5	≥.900	≥.850	≥.950	≥.900	≤.080
<b>İyi Uyum Değerleri</b>			≤3	≥.950	≥.900	≥.970	≥.950	≤.050

Tablo 3'te kukla, tek faktör ve bağımsız faktörler modelinin beklendiği gibi kabul edilebilir uyum değerlerine sahip olmadığı görülmektedir. Ayrıca birincil seviye DFA'nın (ilişkili faktörler) iyi ve/veya kabul edilebilir uyum değerlerine sahip olduğu ifade edilebilir. Elde edilen bulgular ile teori

ve orijinal çalışma dikkate alındığında, ilişkili faktörler modelinin, en uygun model olduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda ölçüm aracı orijinal formunda yer alan 4 faktörlü ve 17 ifadeli yapının tutarlı bir biçimde doğrulandığı görülmüştür<sup>41</sup>.

**Tablo 4.** Boyutlararası Korelasyon ve Güvenirlik Test Sonuçları

	CR	AVE	Cronbach's $\alpha$	Sosyal Etkileşim	Bahis	Rekabet	Eğlence /Kaçış
Sosyal Etkileşim	.88	.66	.88	1			
Bahis	.89	.63	.89	.20**	1		
Rekabet	.82	.54	.82	.41**	.20**	1	
Eğlence/Kaçış	.78	.47	.79	.42**	.21**	.64**	1

\*\*p<0.01

Ölçeğin güvenilirliğini test etmek amacıyla, her boyuta ait bileşik güvenilirlik (Composite Reliability-CR>.70) değerleri incelenmiştir. Alt boyutlara ilişkin CR değerlerinin 0.89 ile 0.78 aralığında değiştiği görülmektedir. Bu durum ölçekte yer alan ifadeler için içsel tutarlılığının sağlandığı şeklinde ifade edilebilir<sup>22</sup>. Ölçeğin benzeşim geçerliği CR>AVE ve AVE>.50 değerler çerçevesinde test

edilmiştir<sup>22</sup>. Boyutlara ait AVE değerlerinin 0.66 ile 0.47 aralığında olduğu ve tüm boyutlar için CR>AVE şartı sağlanırken; eğlence/kaçış boyutu haricindeki boyutlar için AVE>0.50 şartının da sağlandığı görülmektedir. Bu bağlamda Fornell ve Larcker (1981) ile Berthon ve arkadaşları (2005) diğer kriterlerin uygun seviyelerde bulunması durumunda; AVE değeri için 0.50'nin altında kalan (0.50'ye yakın)



değerlerin kabul edilebileceğini belirtmektedir<sup>7</sup>. Bu kriterler ışığında tüm boyutlar için benzeşim geçerliğinin varlığından söz etmek mümkündür.

Ayırım geçerliğini belirleyebilmek için; doğrulayıcı faktör analizinde kısıtlandırılmış ve serbest modeller test edilerek elde edilen bulgular değerlendirilmiştir<sup>5</sup>.

**Tablo 5. Ayırım Geçerliği Test Sonuçları**

Modeller	$\chi^2$	Sd
Kısıtlandırılmış ölçüm modeli	319.87	117
Serbest ölçüm modeli	246.28	111
$\Delta \chi^2$	<b>73.59</b>	
$\Delta Sd$		<b>6</b>

Tablo 5 incelendiğinde kısıtlandırılmış ve serbest model için;  $6\chi^2_{.001}=22.46$  tablo değeri,  $\Delta\chi^2=73.59$ 'dan küçük olduğu için, ayırım geçerliğinin sağlandığı ifade edilebilir.

### TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmanın amacı fantezi futbol motivasyon ölçeğinin geçerlik ve güvenilirliğini test etmektir. Yürütülen çalışmalar sonunda kullanılan ölçeğin orijinalinde yer alan maddelerin, Türkçe'ye uyarlanan geçerlik ve güvenilirlik çalışmasında da kullanılması uygun görülmüştür. Ölçek 17 maddeden oluşmakta ve yapılan açıklayıcı faktör analizi doğrultusunda ölçeğin; sosyal etkileşim, şans oyunu/bahis, rekabet ve eğlence/kaçış olmak üzere 4 boyuttan oluştuğu sonucuna varılmıştır. Bu boyutların açıklamış olduğu varyans oranı %59.605 olarak bulunmuştur. Genel itibari ile sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda varyans oranının %60 seviyesinde olması beklenmektedir<sup>2,9</sup>. Nitekim bu araştırmanın uyarlama çalışması olması<sup>9</sup> ve elde edilen değerlerin kabul gören değere çok yakın olması nedeniyle ölçeğin açıklamakta olduğu varyans oranının kabul edilebilir düzeyde olduğunu ifade etmek mümkündür.

Analiz sonuçlarına göre fantezi futbol katılımcılarını motive eden faktörler arasında, sosyal etkileşim boyutu ilk sırada yer almaktadır. *Sosyal etkileşim*: "Bireylerin birbirleriyle ve çevreleriyle iletişim halinde bulunması, kültürel, davranışsal ve duygusal bir alışveriş ortamının oluşması anlamını taşımaktadır"<sup>21</sup>. İkinci sırada şans oyunu/bahis boyutu yer almaktadır. Şans

oyunu/bahis; tüm dünyada yaygın olarak oynanan, temel beklentisi, yatırılandan fazla değer elde etme amacı güden bir davranıştır<sup>3</sup>. Üçüncü sırada rekabet boyutu yer almaktadır. Rekabet; rakiplerin birbirlerine üstünlük sağlamak amacıyla ortaya koydukları mücadeleleri kapsayan bir olgudur. Rekabet birden fazla işletmenin, sistemin, gücün, kuruluşun veya bireyin arasında gerçekleşebilmektedir<sup>31,38</sup>. Dördüncü sırada ise eğlence/kaçış boyutu yer almaktadır. İnsanların duygu durumlarını iyileştiren eğlence<sup>8</sup>; yenedünya ekonomisinin en hızlı gelişen alanlarından biridir. Teknoloji, eğlence endüstrisinin ekonomik yapısını büyük oranda etkilemekte ve değiştirmektedir<sup>34</sup>. Bu durum hem bireyleri hem de işletme yöneticilerini eğlence anlayışında farklılaşmaya ve yeni arayışlara itmektedir.

Fantezi futbol motivasyon ölçeğinin güvenilirliğini ölçmek amacı ile gerçekleştirilmiş olan analizler sonucunda madde toplam test korelasyon değerlerinin tümü 0.30'dan büyük (0.32 ile 0.62 arası) bulunmuştur. Bu değerler, maddelerin güvenilirliklerinin yüksek ve aynı davranışı ölçmeye yönelik olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. %27'lik alt ve üst gruplarına uygulanan t-testi sonuçları değerlendirildiğinde, ölçekte bulunan her bir madde için iki grup arasında anlamlı bir fark olduğu tespit

edilmiştir ( $p < 0.01$ ). Elde edilen sonuca bağlı olarak maddelerin ayırt edicilik özelliğinin yüksek olduğunu ifade etmek mümkündür. Ayrıca ikinci örnek küleden elde edilen veriler ile benzeşim ve ayırım geçerlikleri değerlendirilen ölçeğin makul seviyede benzeşim ve ayırım geçerliğine sahip olduğu ortaya konmuştur<sup>7</sup>.

Fantezi futbol motivasyon ölçeğinin her iki örneklem için Cronbach's Alpha<sup>9</sup> güvenilirlik katsayılarının 0.70'in üzerinde olduğu ve bununla birlikte ikinci örnek küleden elde edilen veriler ışığında her bir boyuta ait bileşik güvenilirlik<sup>22</sup> katsayılarının da 0.70'den büyük değerlere sahip olduğu dikkate alındığında, ölçeğin içsel tutarlılığa sahip olduğunu ifade etmek mümkündür. Ayrıca Dwyer ve Kim (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışma ile bu çalışmada elde edilen bulguların tutarlılık gösterdiği tespit edilmiştir<sup>15</sup>.

Ölçekte yer alan tüm ifadeler 7'li Likert Tipi derecelendirme ile puanlanmakta olup, her bir boyut kendi içerisinde değerlendirilmektedir. Bu durumda bir boyutta yer alan ifadeler verilen yanıtların toplam puanı alınarak, ifade

sayısına bölünür ve boyuta ilişkin ortalama puan elde edilir. Diğer bir ifade ile ölçek alt boyutlarının her birinden alınabilecek ortalama puan "1" ile "7" arasında değişim göstermektedir. Ölçek alt boyutlarından alınan yüksek değer, ilgili boyuta ilişkin yüksek motivasyonu temsil etmektedir<sup>15,16</sup>.

Bu çalışmada örnek külenin tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinde kasti (kararsal) örnekleme yöntemi ile belirlenmiş olması, çalışmanın bu kısıt çerçevesinde değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Ayrıca tesadüfi örnekleme yöntemi ile belirlenecek farklı örnek külelerde ölçüm aracının test edilmesi elde edilen sonuçları daha anlamlı kılacaktır.

Nitekim; yapılan analizler sonucunda, 17 maddelik fantezi futbol motivasyon ölçeği Türkçe formunun, spor tüketimi, spor tüketim motivasyonu ve benzeri alanlarda çalışacak araştırmacılar için geçerli, güvenilir ve dil eşdeğerliğine sahip bir ölçek olma özelliği taşıdığı ve araştırmacılara yol gösterici niteliğe sahip olduğu ifade edilebilir.

## KAYNAKLAR

- Adrian, I. D., "Sport Consumer Behavior". Sport & Society / Sport Si Societate, 160-174, 2015
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E., Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. Sakarya: Sakarya Kitabevi, 2012
- Arcan K., & Karancı, A. N., "Kumar Oynama Nedenleri Ölçeğinin uyarlama, geçerlilik ve güvenilirlik çalışması". Journal of Psychiatry, 15, 248-256, 2014
- Argan, M., Özer, A. Ve Akın, E., "Elektronik Spor: Türkiye'deki Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları", Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi, 1(2), 1-11, 2006
- Bednarik, J., Šugman, R., Urank, J., & Kovač, M., "Segmentation of sports consumers in Slovenia". Kineziologija, 39(1), 74-84, 2007
- Bagozzi, R.P., Yi, Y., & Phillips, L.W., "Assessing construct validity in organizational research. Administrative Science Quarterly", 36(3), 421-458, 1991
- Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L.L., "Captivating company: Dimensions of attractiveness in employer branding". International Journal of Advertising, 24(2), 151-172, 2005
- Bosshart, L. & Macconi, I., "Defining entertainment", Communication Research Trends, Vol. 18, No: 3, 1998
- Büyüköztürk, Ş., Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum, PegemA Yayıncılık, Genişletilmiş 22. Baskı, Ankara, 2016
- Chelladurai, P., Human resource management in sport and recreation. Human Kinetics, 2006
- Çalık, M., Altunışık, R., & Sütütemiz, N., "Bütünleşik pazarlama iletişimi, marka performansı ve pazar performansı ilişkisinin incelenmesi". Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 9(19), 137-161, 2013
- Devecioğlu, S., "Türkiye'de Spor Sektörü Stratejilerinin Geliştirilmesi". Verimlilik Dergisi, 2, 117-134, 2005
- Dhurup, M., & Dlodlo, N., "To play or not to play! Online fantasy football consumption motives and the relationship with attitude and future behavioural intentions". Mediterranean Journal of Social Sciences, 4(14), 201, 2013
- Drayer, J., Shapiro, S. L., Dwyer, B., Morse, A. L., & White, J., "The effects of fantasy football participation on NFL consumption: A qualitative analysis". Sport Management Review, 13(2), 129-141, 2010
- Dwyer, B., & Kim, Y., "For love or money: Developing and validating a motivational scale for fantasy football participation". Journal of Sport Management, 25(1), 70-83, 2011
- Dwyer, B., & Drayer, J., "Fantasy sport consumer segmentation: An investigation into the differing consumption modes of fantasy football

- participants". *Sport Marketing Quarterly*, 19, 207 – 216, 2010
17. Ekmekci, R., & Ekmekçi, A. Y., "Sport marketing". *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 1(1), 23-30, 2010
  18. Farquhar, LK., & Meeds, R., "Types of fantasy sports users and their motivations". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1208-1228, 2007
  19. Fernandes, N. E., Correia, A. H., Abreu, A. M., & Biscaia, R., "Relationship between sport commitment and sport consumer behavior/Relações entre o compromisso desportivo eo comportamento de consumo de desporto". *Motricidade*, 9(4), 2, 2013
  20. Funk, D.C., Mahony, D.F., & Ridinger, L., "Characterizing consumer motivation as individual difference factors: Augmenting the sport interest inventory (SII) to explain level of spectator support". *Sport Marketing Quarterly*, 11, 33-43, 2002
  21. Gökçe, Ş., *Sosyal Etkileşimi Geliştirecek Peyzaj Tasarımı Üzerine Bir Araştırma: Çukurambar Mahallesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara Üniversitesi, Ankara, 2007
  22. Hair, J.F., Black, W., Babin, B., & Anderson, R., *Multivariate data analysis, upper saddle river*. NJ: Prentice Hall, 2009
  23. Hansen, H., & Gauthier, R., "Factors affecting attendance at professional sport events". *Journal of Sport Management*, 3, 15-32, 1989
  24. <http://www.cnet.com/news/sites-see-big-season-for-fantasy-sports/> (28.03.2017).
  25. <http://www.fsta.org/> (28.03.2017).
  26. <http://www.ibisworld.com/industry/fantasy-sports-services.html> (28.03.2017).
  27. <http://www.legalsportsreport.com/1966/european-daily-fantasy-sports-growth/> (28.03.2017).
  28. [http://www.sportcal.com/pdf/gsi/Global\\_Sports\\_Impact\\_Report\\_2016\\_Sample\\_Pack\\_07092016.pdf](http://www.sportcal.com/pdf/gsi/Global_Sports_Impact_Report_2016_Sample_Pack_07092016.pdf) (28.03.2017).
  29. [http://www.sportbusiness.com/sites/sportbusiness.com/files/files.sportbusiness.com/mkt/sbg/images/13emIH/GS/MC/Exec\\_Summary.pdf](http://www.sportbusiness.com/sites/sportbusiness.com/files/files.sportbusiness.com/mkt/sbg/images/13emIH/GS/MC/Exec_Summary.pdf) (28.03.2017).
  30. <http://www.technavio.com/report/global-outdoor-gear-global-fantasy-sports-market-2016-2020>.
  31. <https://www.turkcebilgi.com/rekabet> (28.03.2017).
  32. James, J. D., & Ridinger, L. L., "Female and male sport fans: A comparison of sport consumption motives". *Journal of Sport Behavior*, 25(3), 260, 2002
  33. Kahle, L. R., Kambara, K. M., & Rose, G. M., "A functional model of fan attendance motivations for college football". *Sport Marketing Quarterly*, 5(4), 51-60, 1996
  34. Kale, G. Ö., "Sosyal Ağlarda Eğlence Faktörü Kullanımının Marka Kişiliğine Etkisi: Starbucks Türkiye Örneği". *Eğlence Endüstrisi*, 154, 2016
  35. Karasar, N., *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2012
  36. Katırcı, H. ve Argan, M., "Spor pazarlaması". *Anadolu Üniversitesi Yayınları*, (2481), 1, 2012
  37. Katırcı, H. ve Uslu, Ç. N., Kaytancı, U. B. Özata, E. ve Ergeç, E., *Spor Ekonomisi*, Anadolu Üniversitesi Web-Ofset, Eskişehir, 2013
  38. Koç, M. ve Özbozkurt, O. B., "Ulusların Rekabet Üstünlüğü ve Elmas Modeli Üzerine Bir Değerlendirme". *İŞLETME VE İKTİSAT ÇALIŞMALARI DERGİSİ*, 2(3), 85-91, 2014
  39. Larki, B., "An examination of fantasy sport participation motives and substitution versus attendance intention". *Sport Marketing Quarterly*, 24(2), 120, 2015
  40. Meydan, C.H., & Şeşen, H., *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık, 2011
  41. Noar, S.M., "The Role of Structural Equation Modeling in Scale Development". *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 10(4), 622-647, 2003
  42. Özdamar, K., *Eğitim, Sağlık ve Davranış Bilimlerinde Ölçek ve Test Geliştirme Yapısal Eşitlik Modellemesi*. Eskişehir: Nisan, 2016
  43. Pelletier, L.M., Fortier, M.S., Vallerand, R.J., Tuson, K.M., Briere, N.M., & Blais, N.M., "Toward a new measure of intrinsic motivation, extrinsic motivation, and amotivation in sports: The sport motivation scale (SMS)". *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 17, 35-53, 1995
  44. Roy DP, Goss BD., "Conceptual framework of influences on fantasy sports consumption". *The Marketing Management Journal* 17(2):96 – 108, 2007
  45. Savaşır, I., "Ölçek uyarlamasındaki bazı sorunlar ve çözüm yolları". *Türk Psikoloji Dergisi*, 9(33), 27-32, 1994.
  46. Shipman, F. M., "Blending the real and virtual: Activity and spectatorship in fantasy sports". In *Proceedings from DAC'01: The Conference on Digital Arts and Culture*. Retrieved on April (Vol. 8, p. 2007).KONFERANS, 2001
  47. Sloan, L. R., "The motives of sports fans. Sports, games, and play". *Social and psychological viewpoints*, 2, 175-240, 1989
  48. Spinda, John S.W. & Haridakis, Paul M., "Exploring the motives of fantasy sports: A uses-and gratifications approach". *Sports Mania: Essays on Fandom and the Media in the 21st Century*, 187-199. Retrieved from <http://digitalcommons.kent.edu/commpubs/41>, 2008
  49. Suh, Y. I., Lim, C., Kwak, D. H., & Pedersen, P. M., "Examining the psychological factors associated with involvement in fantasy sports: An analysis of participants' motivations and constraints". *International Journal of Sport Management, Recreation and Tourism*, 5, 1-28, 2010
  50. Şahan, H., Akpınar, S., Ulukan, M., & Akpınar, Ö., "Spor-Medya İlişkilerinde İletişim Teknolojilerinin Rolü". *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 2(2):155-164, 2008
  51. Trail, G. T., & James, J. D., "The motivation scale for sport consumption: Assessment of the scale's psychometric properties". *Journal of sport behavior*, 24(1), 108, 2001
  52. Wann, D. L., "Preliminary validation of the Sport Fan Motivation Scale". *Journal of Sport & Social Issues*, 20, 377-396, 1995
  53. Yetim, A., *Sosyoloji ve Spor*, Morpa Yayınları, Ankara, 2005

<sup>i</sup> Orijinal ölçüm aracı araştırmacılar tarafından 17 ifade ve 4 alt boyut olarak öngörülmesine rağmen DFA sonucunda Şans Oyunu /Bahis alt boyutu ölçek dışı bırakılarak 12 ifade ve 3 alt boyut dikkate alınmıştır. Bu bağlamda yazarların önerisi ışığında Şans Oyunu /Bahis alt boyutu Türk kültürüne uyarlama çalışmasında analizlere dahil edilmiştir.