

# Sporda Tüketici Etnosentrizmi Ölçeği

## RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *Sporda Tüketici Etnosentrizmi Ölçeği*. Turkish Psychological Scales.  
Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=31090>

## Özet

Sporda Tüketici Etnosentrizmi Ölçeği, Zühal Yurtsözolu ve M. Fişne tarafından 2020 yılında gerçekleştirilen bir uyarlama çalışmasıdır. Bu ölçek, genel etnosentrizm kavramının spor ürünleri ve hizmetleri bağlamındaki tüketici davranışlarına yansımalarını ölçmeyi amaçlamaktadır. Ölçek, spor tüketicilerinin yerel (ulusal) spor ürünlerini, takımlarını veya markalarını yabancı muadillerine göre ne ölçüde ahlaki veya yurtseverlik duygularıyla tercih ettiklerini değerlendirmek için tasarlanmıştır.

Uyarlama çalışması, ölçeğin Türkçe konuşan spor tüketicileri popülasyonunda psikometrik özelliklerini, özellikle de yapısal geçerliliğini ve iç tutarlılığını test etmiştir. Bu araç, spor pazarlaması ve tüketici davranışları alanlarında uluslararası ve yerel spor markalarına yönelik tutumların anlaşılması için önemli bir araç sağlamaktadır.

## Anahtar Kelimeler

Tüketici etnosentrizmi, spor pazarlaması, spor tüketimi, ölçek uyarlama, psikometri, spor ekonomisi, yurtseverlik.

## Yazarlar

Zühal Yurtsözolu, M. Fişne

## Amaç

Ölçeğin temel amacı, spor bağlamında ortaya çıkan tüketici etnosentrizmi düzeyini geçerli ve güvenilir bir şekilde ölçmektir. Bu uyarlama çalışması, orijinal ölçeğin kültürel olarak Türk spor tüketicisi kitlesine uygunluğunu sağlamayı hedeflemiştir. Yerel spor kulüplerine, ulusal spor takımlarına veya yerli üretim spor malzemelerine yönelik destekleyici tutumların altında yatan etnosentrik eylemlerin tespit edilmesi, spor endüstrisindeki pazarlama stratejileri açısından kritik öneme sahiptir.

Ölçek, araştırmacılara, tüketicilerin yerli spor markalarına karşı yabancı markalara oranla gösterdikleri bağlılık, sadakat ve satın alma niyeti gibi davranışları öngörmede yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda spor yöneticilerine, etnosentrik duyguları kullanarak yerel ürünlerin veya takımların tanıtımını nasıl yapacakları konusunda bilgi sağlamaktadır.

## Yapı

Sporda Tüketici Etnosentrizmi Ölçeği, bireylerin kendi ulusal spor ürünlerini veya takımlarını

ahlaki, vatansever veya ekonomik nedenlerle yabancı olanlara tercih etme eğilimini temsil eden tek boyutlu bir psikolojik yapıyı ölçer. Bu yapı, genel tüketici etnosentrizminin (CETSCALE) spor sektörüne özgü bir uygulamasıdır.

Yüksek düzeyde etnosentrizm sergileyen bir spor tüketicisi, yabancı spor ürünlerini satın almayı veya yabancı takımları desteklemeyi ulusal ekonomiye veya yerel kültüre zarar veren bir davranış olarak algılamak eğilimindedir. Ölçek, bu tür kültürel normatif baskılar ve duygusal yükümlülüklerin şiddetini nicel olarak belirlemeye odaklanır.

## Geçerlik

Uyarlama çalışması, ölçeğin Türkçe formunun yapısal geçerlik kanıtlarını sunmuştur. Geçerlik analizleri tipik olarak, ölçeğin amaçladığı teorik yapıyı ölçtüğünü doğrulamak için Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) gibi istatistiksel yöntemlerle incelenir. Ölçeğin maddelerinin tek bir yapıyı temsil edip etmediği ve bu yapıya teorik beklentilere uygunluğu test edilmiştir.

Geçerlik çalışmaları sırasında ayrıca, benzer yapılarla (örneğin, yurtseverlik, ulusal kimlik) korelasyonlar incelenerek yakınsak geçerlik, farklı yapılarla (örneğin, kozmopolitlik) korelasyonlar incelenerek ise zıtsak geçerlik kanıtları sunulmuştur. Bu analizler, ölçeğin spor bağlamında tüketici etnosentrizmini doğru bir şekilde izole ettiğini göstermeyi amaçlamıştır.

## Güvenirlilik

Ölçeğin güvenirlik (iç tutarlılık) analizi, tipik olarak Cronbach Alfa katsayısı kullanılarak değerlendirilmiştir. Güvenirlik, ölçeğin farklı zamanlarda veya farklı madde gruplarında tutarlı sonuçlar üretme kapasitesini ifade eder. Yüksek bir Cronbach Alfa değeri, ölçekteki tüm maddelerin aynı temel yapıyı ölçmekte olduğunu gösterir.

Uyarlama çalışmasında, Sporda Tüketici Etnosentrizmi Ölçeği'nin Türkçe formunun kabul edilebilir düzeyde veya yüksek düzeyde iç tutarlılığa sahip olduğu rapor edilmiştir. Bu, ölçeğin spor tüketicileri arasında güvenle kullanılabilirliğini işaret etmektedir.

## Faktör Analizi

Uyarlama çalışmasında, ölçeğin orijinal yapıya Türk örnekleminde korunup korunmadığını belirlemek için faktör analizi uygulanmıştır. Çoğu tüketici etnosentrizmi ölçeği gibi, bu ölçeğin de tek faktörlü bir yapıya sahip olduğu hipotezi test edilmiştir.

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) sonuçları, ölçeğin tek bir boyutta yeterli uyum indekslerine sahip olduğunu ve maddelerin yapıya yüksek yükler verdiğini göstermiştir. Bu durum, Sporda Tüketici Etnosentrizmi kavramının Türk kültürel bağlamında da bütüncül bir yapı olarak ölçülebileceğini

desteklemektedir.

## Araç

**Test Türü:** Uyarlama (Adaptasyon) ve Tüketici Davranış Ölçeği

**Format:** Likert Tipi Derecelendirme. (Detaylar kaynakta belirtilmemiştir, ancak tipik olarak 5 veya 7 noktalı Likert ölçeği kullanılır.)

**Mevcut Diller:** Türkçe

**Popülasyon Grubu:** Spor Tüketicileri ve Taraftarlar

**Yaş Grubu:** Yetişkinler (Çalışma genellikle üniversite öğrencileri veya genel yetişkin popülasyon üzerinde yapılmıştır.)

**Popülasyon Detayları:** Türkiye'deki spor etkinliklerini takip eden veya spor ürünleri satın alan bireyler. Çalışmanın orijinal örnekleme, ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik analizleri için yeterli büyüklükte bir kitleyi kapsamıştır.

**Test Metodolojisi:** Öz Bildirim Ölçeği. Katılımcılardan, spor ürünleri, markalar veya takımlar hakkındaki etnosentrik tutumların yansıtılarak ifade edilene ne ölçüde katılımların belirtmeleri istenir.

## Anahtar Kelimeler

Etnosentrizm, spor taraftarlığı, yerli ürünler, psikometrik özellikler, tüketici sadakati, spor yönetimi.

## Yazarlar

**Sorumlu Yazar:** Zühal Yurtseven

**Yazar ORCID Tanımlayıcıları:** Kaynakta belirtilmemiştir.

**Kurum E-posta Adresleri:** yurtsiz@gmail.com (Sorumlu Yazar ile iletişime)

**Çalışma Adresi:** Kaynakta belirtilmemiştir.

## Şartlar, Ücret ve Test Yılı

**Şartlar:** Ölçeğin akademik ve araştırmaya amaçlı kullanılması için sorumlu yazar ile iletişime geçilmesi tavsiye edilir. İletişim e-postası: [yurtsiz@gmail.com](mailto:yurtsiz@gmail.com)

**Ücret:** Ticari olmayan akademik kullanımlar için genellikle ücret talep edilmemektedir.

**Test Yılı:** 2020 (Uyarlama ve geçerlik çalışması yayın yılı).

## Kaynaklar

Yurtsozlu, Z., Fişne, M. (2020). Sporda Tüketici Etnosentrizmi: Ölçek uyarlama ve bir araştırma. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 14(3), 465-480. Çalışmanın tam metnine Dergipark üzerinden erişilebilir: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bsd/issue/57953/767132>

Çalışmanın orijinal PDF dosyası aşağıdaki bağlantıdan indirilebilir: [sporda-tuketici-etnosentrizmi-olcegi-toad.pdf](https://dergipark.org.tr/tr/pub/bsd/issue/57953/767132)

## Sporda Tüketici Etnosentrizmi Ölçeği Maddeleri

**ÖNEMLİ:** Ölçeğin orijinal maddeleri kaynak metinde doğrudan sağlanmamıştır. Maddeler için yayınlanan makalenin veya yukarıda belirtilen PDF dosyasının incelenmesi gerekmektedir.

Araştırmacılar, ölçeğin maddelerini ve derecelendirme formatını öğrenmek için Yurtsozlu ve Fişne (2020) tarafından yayınlanan makaleye başvurmalıdır.